



*On Justifying Eco-Unfriendly Behaviors*  
M.H.C. Meijers

# Samenvatting

## in Nederlands

Door klimaatveranderingen ontstaat er droogte in Afrika en zijn er tegelijkertijd overstromingen in Azië, veel dieren worden met uitsterven bedreigd en de luchtvervuiling en afvalbergen nemen toe (Asia, Jegede, Jegede, Ize-Iyamu, & Akpasubi, 2007; Boko et al., 2007; Cruz et al., 2007; Kelly et al., 2009; Levin et al., 2010; Moore & Dwyer, 1974; Osuji, Adesiyani, & Obute, 2004; Rosenfeld et al., 2008; Thomas et al., 2004). Deze milieuproblematiek wordt grotendeels door de mens veroorzaakt en om deze problemen tegen te gaan, is het van belang dat het gedrag van mensen gaat veranderen (Barnett et al., 2008; Karl & Trenberth, 2003; Santer et al., 2007; Weber & Matthews, 2008). Het idee dat er iets gedaan moet worden, vindt steeds meer gehoor. Bedrijven, overheden en natuurbeschermingsorganisaties proberen dan ook mensen te overtuigen om zich milieuvriendelijker te gedragen.

Het Wereld Natuur Fonds voert bijvoorbeeld campagne met Coca Cola om de Noordpool en de ijsbeer te beschermen (Arctic Home, 2014) en de overheid voert campagnes tegen zwerfafval en voor het scheiden van afval. Andere bedrijven dragen ook hun steentje bij. Zo heeft IBM maatschappelijk verantwoord ondernemen hoog in het vaandel staan en probeert het zo weinig mogelijk vervuiling te veroorzaken en het klimaat te beschermen (IBM, 2014). Grote bedrijven als Nike en IKEA maken groene reclame voor hun milieuvriendelijke producten en initiatieven, zoals kleding van gerecyclede PET-flessen en het gebruik van biologisch katoen. Mensen worden dus op verschillende manieren gestimuleerd zich milieuvriendelijk te gedragen. De vraag is echter of deze initiatieven echt effectief zijn. Mensen zullen zich misschien eenmalig milieuvriendelijk gedragen, maar leidt het ook tot langdurig milieuvriendelijk gedrag?

In dit proefschrift laten we zien dat langdurig milieuvriendelijk gedrag niet altijd zo vanzelfsprekend is. Zoals mensen excuses weten te vinden om vandaag niet te hoeven sporten (“omdat het regent”) of toch dat koekje te pakken (“omdat het weekend is”), weten ze ook excuses te vinden om zich niet milieuvriendelijk te hoeven gedragen. Het kopen van een milieuvriendelijk shirtje van gerecyclede PET-flessen kan bijvoorbeeld als excuus dienen om de milieuonvriendelijke keuze te maken om met de auto in plaats van de bus te gaan.

In dit proefschrift wordt onderzocht wanneer en hoe mensen hun milieuonvriendelijke gedrag rechtvaardigen. Het eerste deel van dit proefschrift laat zien dat mensen hun eerdere (milieuvriendelijke) gedrag kunnen gebruiken om hun milieuonvriendelijke gedrag te rechtvaardigen. Bijvoorbeeld: “Ik heb me al milieuvriendelijk gedragen vandaag, het is wel goed zo.” (Deel I: Interne Rechtvaardiging). Het tweede deel van dit proefschrift laat zien dat mensen ook de acties van andere individuen en instituten kunnen gebruiken om hun milieuonvriendelijke gedrag te rechtvaardigen. Bijvoorbeeld: “Mijn man heeft zich net milieuvriendelijk gedragen, dus ik eigenlijk ook wel: het is wel goed zo.” (Deel II: Externe Rechtvaardiging). In deze samenvatting zullen de empirische hoofdstukken en de implicaties hiervan besproken worden. Eerst wordt kort uiteen gezet wat er met milieuvriendelijk gedrag bedoeld wordt en waarom mensen het lastig vinden zich milieuvriendelijk te gedragen.

Met milieuvriendelijk gedrag bedoelen we gedrag dat de natuur en het milieu zo min mogelijk belast of zelfs ten goede komt (Steg en Vlek, 2009). Voorbeelden zijn afval scheiden, groene energie gebruiken en het openbaar vervoer nemen in plaats van de auto. Al deze handelingen zijn minder schadelijk voor het milieu dan hun alternatieven. Er zijn echter ook voorbeelden die niet zo duidelijk onder het kopje milieuvriendelijk te scharen zijn, zoals de aankoop van biologisch vlees. Aan de ene kant is het milieuvriendelijker, omdat het veevoer geen chemicaliën bevat en duurzamer, omdat de dieren een beter leven zouden hebben. Aan de andere kant is het minder milieuvriendelijk, omdat de koeien langer leven en er daarom meer veevoer verbouwd moeten worden en de koeien meer CO<sup>2</sup> produceren. Is het kopen van biologisch vlees dus milieuvriendelijk gedrag of niet? In dit proefschrift beschouwen wij het als milieuvriendelijk gedrag, omdat mensen het zien als milieuvriendelijk gedrag (Sparks & Shepherd, 1992; Tacken et al., 2007; Thøgersen & Ölander, 2003). Kortom, in dit proefschrift nemen we een bredere definitie van milieuvriendelijk gedrag en definiëren het als gedrag dat minder schadelijk voor het milieu is of als minder schadelijk voor het milieu gezien wordt. De reden voor deze bredere definitie is dat gedragingen die strikt genomen niet milieuvriendelijk zijn, toch ook milieuonvriendelijk gedrag kunnen rechtvaardigen, omdat ze als milieuvriendelijk gezien worden.

Maar waarom zouden mensen zich milieuonvriendelijk willen gedragen? Een van de redenen is dat milieuvriendelijk gedrag niet altijd de gemakkelijkste weg is. Zo is milieuvriendelijk gedrag vaak duurder (denk maar aan de extra kosten die biologische producten met zich meebrengen) en minder comfortabel (de trein nemen duurt vaak langer dan de auto nemen en afval scheiden kost meer moeite dan alles in een grote zak gooien). Daarnaast zijn de effecten van milieuvriendelijk gedrag vaak pas waarneembaar op de lange termijn. Om het nog gecompliceerder te maken, is het ook nog vaak zo dat het duurzame gedrag van één persoon geen zoden aan de dijk zet. In plaats daarvan moeten grote groepen mensen hun gedrag veranderen. Wanneer één persoon besluit de auto te laten staan, zal dit geen grote veranderingen teweeg brengen, zowel op korte als lange termijn niet. Het komt er dus op neer dat wanneer het om duurzaam gedrag gaat, mensen vaak moeten kiezen tussen iets dat ze zelf nu willen, of iets dat ze voor anderen willen op de lange termijn. (Fujita et al., 2013; Lindenberg & Steg, 2007; Van Dam & Fischer, 2013). Ter illustratie, Hennie kan op een frisse ochtend besluiten een korte, koude douche te nemen voor een beter milieu, of een lekker, lange, warme douche, waar ze nu zelf meteen blij van wordt. Aangezien milieuonvriendelijk gedrag met enige regelmaat aantrekkelijker is, is het voor mensen ook aantrekkelijker dit milieuonvriendelijke gedrag te vertonen, vooral wanneer ze het kunnen rechtvaardigen.

### **Rechtvaardigingen**

Onderzoek suggereert dat wanneer mensen voor zichzelf willen kiezen in plaats van voor het milieu, ze een soort van excuus of rechtvaardiging nodig hebben (Miller & Effron, 2010; Sachdeva et al., 2009; Tiefenbeck et al., 2013). Milieuvriendelijk gedrag wordt namelijk vaak als iets goeds gezien en mensen willen zichzelf ook als een goed persoon zien (e.g., Bratanova et al., 2012; Mazar et al., 2008; Schmuck & Schultz, 2002; Schwartz, 1992; Steele, 1988; Stern et al., 1999). Dus wanneer mensen in conflict zijn met zichzelf over of ze zich wel of niet milieuvriendelijk zullen gedragen, zullen ze voor de (aantrekkelijker) milieuonvriendelijke optie gaan, maar alleen als ze het kunnen rechtvaardigen (Hsee, 1995; Kunda, 1987; Okada, 2005; Shafir et al., 1993; zie ook De Witt Huberts, Evers, & De Ridder, 2014).

Neem ter illustratie het volgende voorbeeld: John en Hennie hebben hun verjaardag gevierd. De volgende ochtend moet John snel naar zijn werk, dus Hennie ruimt het huis op. Ze stopt al het inpakpapier in de papieren doos. Dan verzamelt ze de lege flessen in een krat en stopt ze de plastic flesjes en bakjes in de Plastic Heroes zak. Tot slot loopt ze de tuin in om het groenafval weg te gooien. Ze is even bezig geweest, maar al het afval is netjes gescheiden en het huis ziet er weer tip top uit. Vervolgens realiseert Hennie zich dat ze nog even iets in de winkel moet halen. Normaal gesproken zou ze de fiets nemen, maar vandaag neemt ze de auto, want heeft ze zich vandaag niet al milieuvriendelijk genoeg gedragen?

Dit voorbeeld illustreert hoe mensen soms hun milieuonvriendelijke gedrag rechtvaardigen aan de hand van hun eerdere milieuvriendelijke gedrag. Het milieuvriendelijke gedrag van mensen kan zo vreemd genoeg leiden tot milieuonvriendelijk gedrag. Hoe iemands eerdere (milieuvriendelijke) gedrag kan leiden tot milieuonvriendelijk gedrag hebben we onderzocht in Deel I van dit proefschrift (Interne rechtvaardiging).

## **Deel I: Interne Rechtvaardiging**

In Hoofdstuk 2 en 3 hebben we onderzocht hoe iemands morele gedrag kan leiden tot milieuvriendelijk gedrag. Hierbij bouwden we voort op onderzoek dat laat zien dat wanneer iemand moreel gedrag vertoont, dit als een rechtvaardiging kan dienen voor minder moreel wenselijk gedrag (e.g., De Witt Huberts et al., 2012; Effron et al., 2009; Effron et al., 2013; Khan & Dhar, 2006; Mazar & Zhong, 2010; Merritt et al., 2012; Merritt et al., 2010; Miller & Effron, 2010; Monin & Miller, 2001; Sachdeva et al., 2009). Zo laat onderzoek zien dat wanneer mensen aangeven voor Obama te zullen gaan stemmen (waarmee ze indirect laten zien dat ze niet racistisch zijn aangezien ze voor een gekleurde president kiezen), ze zich vervolgens racistischer gedragen (Efron et al., 2009). Verder laat onderzoek zien dat wanneer mannen aangeven dat vrouwen niet alleen op de kinderen kunnen passen, maar capabele werkneemster zijn, deze mannen zich vervolgens sexistischer gedragen (Monin & Miller, 2001) en dat wanneer mensen aangeven vrijwilligerswerk te willen doen, ze zich vervolgens te goed doen aan luxe producten (Khan & Dhar, 2006). Dit rechtvaardigingseffect is ook gevonden met betrekking tot milieuvriendelijk gedrag. Zo laat onderzoek zien dat wanneer mensen milieuvriendelijke producten kopen, ze vervolgens eerder geneigd zijn te liegen (Mazar & Zhong, 2010) en dat mensen minder milieuvriendelijke keuzes maken als ze denken aan hun eerdere morele gedrag (Sachdeva et al., 2009).

De meeste van deze rechtvaardigingsonderzoeken zijn echter in het laboratorium gedaan, waar mensen willekeurig aan condities toegewezen worden en waar ze gemotiveerd worden zich op een bepaalde manier te gedragen (e.g., Mazar & Zhong, 2010; Monin & Miller, 2001; Sachdeva et al., 2009). Het is daarom onduidelijk of zulke rechtvaardigingprocessen ook plaats vinden in het dagelijks leven. Een uitzondering op de laboratoriumexperimenten is een veldstudie waarbij de water- en elektriciteitsconsumptie van bewoners geregistreerd werd. Bewoners kregen wel of geen feedback op hun waterconsumptie van de onderzoekers. De bewoners die feedback kregen op hun waterconsumptie, verminderden weliswaar hun watergebruik, maar vervolgens verbruikten ze meer elektriciteit. Het verminderen van hun watergebruik gaf hen dus een rechtvaardiging om meer elektriciteit te verbruiken. Hoewel het een veldstudie betrof, werd ook in deze studie de bewoners echter ongevraagd feedback gegeven (Tiefenbeck et al., 2013). De vraag is dan ook of rechtvaardigingseffecten wel bestaan in het dagelijkse leven, waar mensen *kies*en zich wel of niet moreel wenselijk te gedragen in plaats van dat ze dingen opgelegd krijgen. Het zou namelijk zo kunnen zijn dat rechtvaardigingprocessen (gedeeltelijk) verklaard zouden kunnen worden door een gevoel van weerstand ten opzichte van de onderzoeksprocedure.

Een gevoel van weerstand wordt opgeroepen wanneer mensen het gevoel hebben dat ze gedwongen worden zich op een bepaalde manier te gedragen en hun vrijheid beperkt wordt (Brehm & Brehm, 1981; Dillard & Shen, 2005). Als een gevolg hiervan kunnen ze zich precies tegenovergesteld gaan gedragen. Dit betekent dat wanneer mensen het gevoel hebben dat ze gedwongen worden zich moreel te gedragen, ze vervolgens precies het tegenovergestelde gedrag vertonen en zich minder moreel wenselijk gedragen. Het is daarom van belang om te onderzoeken of het rechtvaardigingseffect ook optreedt in het dagelijks leven, wat we in Hoofdstuk 2 onderzocht hebben.

## **Hoofdstuk 2: Doneren kan dienen als een rechtvaardiging**

In Hoofdstuk 2 bestudeerden we of mensen zich ook milieuvriendelijker zouden gedragen wanneer ze er zelf voor *kozen* zich in eerste instantie moreel te gedragen. Om dit te onderzoeken, bestudeerden we of doneren aan een goed doel de kans op milieuvriendelijk gedrag verkleint. Dit hebben we onderzocht door middel van een veldstudie met een quasi-experimenteel design. We hebben mensen op straat benaderd met de vraag of ze gedoneerd hadden aan *Serious Request*. *Serious Request* is een jaarlijks terugkerend evenement dat zes dagen voor Kerstmis plaatsvindt, waarbij donaties geworven worden voor het Rode Kruis. Een aantal dj's van 3FM neemt plaats in het Glazen Huis, waar vanuit ze 24 uur per dag radio maken terwijl ze vasten. Mensen kunnen geld doneren aan *Serious Request* door bijvoorbeeld een verzoeknummer aan vragen waarvoor ze dan een bepaald bedrag doneren.

We vroegen de respondenten of ze gedoneerd hadden ja of nee en in welke mate ze bereid waren zich milieuvriendelijk te gedragen, bijvoorbeeld om meer te betalen voor groene energie of milieuvriendelijke merken te boycotten. De resultaten lieten zien dat respondenten die aan *Serious Request* gedoneerd hadden, vervolgens minder bereid waren zich milieuvriendelijk te gedragen. Met andere woorden, respondenten

gebruikten doneren aan *Serious Request* als een rechtvaardiging voor milieuonvriendelijk gedrag. Rechtvaardigingseffecten zijn dus niet alleen te verklaren door weerstand ten opzichte van de manipulaties die in veel rechtvaardigingsonderzoeken gebruikt worden. Deze effecten treden ook op in een veldonderzoek met een natuurlijke quasi-experimentele setting waarin mensen *kies*ten om het eerste morele gedrag te vertonen. Hoofdstuk 2 onderstreept op deze manier de ecologische validiteit en de robuustheid van het rechtvaardigingseffect.

Het rechtvaardigingsfenomeen staat echter recht tegenover een rijke onderzoekshistorie die laat zien dat wanneer mensen zich op een bepaalde manier gedragen (bijvoorbeeld moreel, pro-sociaal, milieuvriendelijk), ze dit vaak blijven doen, een zogenaamd consistentie effect (e.g., Burger & Caldwell, 2003; Freedman & Fraser, 1966; Gawronski, 2012; Snyder & Cunningham, 1975; Steele, 1988). Zo benadrukken veel klassieke theorieën dat mensen zich consistent willen gedragen: cognitieve dissonantie theorie (Festinger, 1957), voet-in-de-deur principe (Freedman & Fraser, 1966) en zelf-perceptie theorie (Bem, 1967) voorspellen allemaal dat mensen in lijn handelen met hun eerdere gedrag. Dit gaat in tegen de bevindingen van het rechtvaardigingseffect. Een belangrijke vraag is dan ook, wanneer treden rechtvaardigingseffecten op en wanneer consistentie effecten? In Hoofdstuk 3 hebben we deze vraag beantwoord door de rol van zelfidentiteit te onderzoeken in rechtvaardigingsprocessen.

### Hoofdstuk 3: Zelfidentiteit en rechtvaardiging

Zelfidentiteit is de manier waarop mensen zichzelf zien en de labels die ze gebruiken om zichzelf te beschrijven (e.g., Aquino & Reed, 2002; Markus & Zajonc, 1985; Reed et al., 2012; Tajfel & Turner, 1986; Whitmarsh & O'Neill, 2010). Onderzoek heeft in het verleden veelvuldig laten zien dat mensen zich gedragen op een manier die congruent is met hun zelfidentiteit (Bem, 1967; Eagly & Chaiken, 1993; Markus & Zajonc, 1985; Reed et al., 2012; Taylor, 1975; Zajonc, 1968). Zo zijn mensen met een milieuvriendelijke identiteit ook eerder geneigd zich milieuvriendelijk te gedragen (Fielding et al., 2008; Gatersleben et al., 2002; Nigbur et al., 2010; Sparks & Shepherd, 1992; Van der Werff et al., 2013a; 2013b; Whitmarsh & O'Neill, 2010). Op basis van deze literatuur verwachtten we dan ook dat mensen met een sterke milieuvriendelijke identiteit geen rechtvaardigingseffecten laten zien. Met andere woorden, we verwachtten dat deze mensen helemaal geen milieuonvriendelijk gedrag willen rechtvaardigen, omdat ze milieuvriendelijkheid als een belangrijk onderdeel zien van wie ze zijn.

Dit is inderdaad wat uit de drie studies in Hoofdstuk 3 naar voren is gekomen. In één van de drie studies mochten respondenten bijvoorbeeld een outfit kopen in een webwinkel. We hadden daarvoor verschillende H&M webwinkels opgezet. In de ene conditie mochten respondenten een outfit uitzoeken in een H&M webwinkel met kleding van biologisch katoen en in de andere conditie een outfit in een H&M webwinkel met kleding van regulier katoen, zonder enige referentie aan milieuvriendelijkheid. Wanneer respondenten een outfit van biologisch katoen gekocht hadden, waren ze vervolgens minder bereid zich milieuvriendelijk te gedragen dan wanneer ze een outfit van regulier katoen gekocht hadden. Het kopen van een milieuvriendelijke outfit diende dus als rechtvaardiging voor milieuonvriendelijk gedrag. Echter, wanneer respondenten een sterke milieuvriendelijke identiteit hadden, trad dit rechtvaardigingseffect niet op. In dat geval waren ze bereid zich milieuvriendelijk te gedragen, ongeacht of ze een milieuvriendelijke outfit gekocht hadden of niet. In het domein van milieuvriendelijkheid zijn rechtvaardigingseffecten dus onwaarschijnlijk voor mensen met een milieuvriendelijke identiteit.

Het onthullen van zelfidentiteit als moderator is een belangrijke aanvulling op eerder onderzoek naar rechtvaardigingsprocessen, doordat het nu duidelijker is wanneer rechtvaardiging en wanneer consistentie effecten te verwachten zijn. Eerder onderzoek heeft reeds geprobeerd om uit te zoeken wanneer rechtvaardigingseffecten en wanneer consistentie effecten waarschijnlijker zijn (Conway & Peetz, 2012; Gneezy et al., 2012). Het blijkt bijvoorbeeld dat wanneer mensen in abstractere termen denken of meer betalen voor een product, ze minder geneigd zijn rechtvaardigingsprocessen te vertonen. De onderzoekers suggereerden dat wanneer mensen in abstractere termen denken over bepaalde gedragingen of bereid zijn meer geld en tijd te investeren, mensen geneigd zijn dit gedrag te interpreteren in termen van zelfidentiteit (Conway & Peetz, 2012; Gneezy et al., 2012). Deze eerdere bevindingen kunnen dus verklaard worden door zelfidentiteit en zo ondergebracht worden in ons model met zelfidentiteit als moderator.

## **Deel II: Externe rechtvaardiging**

Deel I van dit proefschrift laat zien dat mensen hun milieuonvriendelijke gedrag kunnen rechtvaardigen wanneer ze zich eerder moreel wenselijk gedragen hebben. Op deze manier kan het eigen moreel wenselijke gedrag van mensen leiden tot milieuonvriendelijk gedrag. In Deel II van dit proefschrift bekeken we hoe externe bronnen als een rechtvaardiging kunnen dienen voor milieuonvriendelijk gedrag.

Denk nog even terug aan het voorbeeld van Hennie die al het afval gescheiden had. Stel dat John (die gelukkig getrouwd is met Hennie) hoort van al het milieuvriendelijke gedrag van Hennie terwijl hij op het werk was. Terwijl hij het dorp inwandelt, wordt hij aangesproken door een fondsenwerver van het Wereld Natuur Fonds. John is een vrijgevig persoon die de natuur belangrijk vindt. Deze keer besluit hij echter niet te doneren aangezien hij het gevoel dat zij (als een koppel) vandaag wel genoeg gedaan hebben voor het milieu. In Hoofdstuk 4 hebben we onderzocht of mensen hun eigen milieuonvriendelijke gedrag kunnen rechtvaardigen door middel van het gedrag van anderen en zo ja, met welke anderen.

### **Hoofdstuk 4: Anderen als een bron van rechtvaardiging**

Mensen hebben vaak vele, verschillende relaties. Sommige relaties zijn heel hecht (bijvoorbeeld met je partner of kind) en andere relaties zijn minder hecht (bijvoorbeeld met je collega of burens). Eerder onderzoek laat zien dat mensen in een hechte relatie een gevoel van eenheid kunnen ervaren (Cialdini et al., 1997). De andere persoon wordt dan gezien als onderdeel van iemands zelf en de karakteristieken en gedragingen van de ander worden zo onderdeel van iemands zelf (e.g., Aron et al., 1991; Goldstein & Cialdini, 2007). Op deze manier kan een hechte ander (in tegenstelling tot een niet-hechte ander) onderdeel worden van het zelfbeeld. Doordat deze hechte ander onderdeel wordt van het zelfbeeld, kan het gedrag van de hechte ander als het gedrag van de persoon zelf ervaren worden (Aron et al., 1992; Aron et al., 1991; Goldstein & Cialdini, 2007; zie ook Heider, 1958).

Op basis van dit onderzoek, dat laat zien dat de gedragingen van een hechte ander, gezien kunnen worden als de gedragingen van iemand zelf, verwachtten we dat het morele gedrag van een hechte ander kan dienen als een rechtvaardiging voor iemands eigen milieuonvriendelijke gedrag. Het gedrag van de hechte ander wordt gedeeltelijk gepercipieerd als iemands eigen gedrag ("ik heb ook mijn steentje bijgedragen, want mijn partner heeft zich milieuvriendelijk gedragen") en kan zo dienen als een externe bron van rechtvaardiging. Daarentegen verwachtten we dat het morele gedrag van een niet-hechte ander minder snel als externe bron van rechtvaardiging zal dienen, omdat er minder overlap is tussen een niet-hechte ander en iemand zelf (Aron et al., 1992; Aron et al., 1991; Goldstein & Cialdini, 2007). Het morele gedrag van de niet-hechte ander zal minder snel worden gezien als het morele gedrag van iemand zelf en kan dan ook minder snel als externe bron voor rechtvaardiging dienen. Deze hypothesen hebben we in drie studies getest.

De studies bevestigen dat het morele gedrag van een hechte ander kan leiden tot het milieuonvriendelijke gedrag van iemand zelf. Wanneer de respondenten zich voorstelden hoe een hechte ander (zoals iemands beste vriend) bijvoorbeeld een milieuvriendelijke koelkast aanschafte, waren ze daarna minder bereid zichzelf milieuvriendelijk te gedragen. Het morele gedrag van een niet-hechte ander daarentegen diende minder snel als een externe bron voor rechtvaardiging. Wanneer respondenten zich voorstelden hoe een niet-hechte ander (bijvoorbeeld een studiegenoot) afval recyclede, leidde dit, in tegenstelling tot een hechte ander die recyclede, niet tot minder milieuvriendelijk gedrag.

Naast interne bronnen bestaan er dus ook externe bronnen die mensen kunnen gebruiken om hun milieuonvriendelijke gedrag te rechtvaardigen, daarmee voegt ons onderzoek een nieuwe dimensie toe aan de bestaande rechtvaardigingsliteratuur die tot nog toe vooral rechtvaardigingsprocessen binnen personen bekeek. In het vijfde hoofdstuk keken we of ook andere externe bronnen milieuvriendelijk gedrag kunnen rechtvaardigen. We keken daarbij naar hoe de media, die over de vooruitgang van wetenschap berichten, als een externe bron van rechtvaardiging kunnen dienen.

### **Hoofdstuk 5: Berichten over wetenschap in de media als rechtvaardiging**

De populaire media benadrukken vaak de vooruitgang van wetenschap en scheppen zo een positief beeld over de mogelijkheid van wetenschap om problemen als klimaatverandering en ziektes op te lossen: een zogenaamd vooruitgangframe (e.g., Corbett & Durfee, 2004; Nisbet et al., 2002; Stewart, et al., 2009; Weaver, et

al., 2009). Zo berichten de media over hoe grote spiegels zonnestralen kunnen weerkaatsen tegen opwarming van de aarde, hoe mensen in drijvende steden kunnen wonen wanneer het water te veel zou stijgen en hoe kunstmatige bomen CO<sub>2</sub> zouden kunnen opnemen (Burns, 2009; IMECHE, 2009; Kraaijvanger, 2014). Voor veel mensen zijn deze mediaberichten de primaire bron met betrekking tot de kennis die zij over wetenschap hebben. Het vooruitgangframe dat de media gebruiken, kan daardoor het beeld van mensen van de wetenschap beïnvloeden, en hun daaruit volgende gedrag beïnvloeden (e.g., Caulfield, 2004; Elliott & Rosenberg, 1987; McInerney et al., 2004; Zimmerman et al., 2001).

In vier studies hebben we onderzocht hoe het vooruitgangsframe dat door de media wordt gebruikt, het milieuvriendelijke gedrag van mensen kan beïnvloeden. Gebaseerd op compensatoire controle theorie (Kay et al., 2008 zie ook; Kay, Gaucher et al., 2010; Kay, Shepherd et al., 2010; Rutjens, van Harreveld et al., 2010; Rutjens et al., 2013), verwachtten we dat wanneer mensen het gevoel hebben dat de wetenschap alles onder controle heeft, zij minder snel gemotiveerd zijn om zelf ook nog een steentje bij te dragen. Zij kunnen de wetenschap dan namelijk als een externe bron van rechtvaardiging gebruiken. Dit bleek ook het geval te zijn: wanneer respondenten bijvoorbeeld een krantenartikel lazen dat de vooruitgang van wetenschap benadrukte, waren ze vervolgens meer geneigd dit als een externe bron van rechtvaardiging te gebruiken en gedroegen zich daardoor minder milieuvriendelijk. Wanneer respondenten daarentegen een krantenartikel lazen dat beschreef hoe wetenschap vooruitgaat, maar dat dit met horten en stoten gaat, waren ze vervolgens minder geneigd dit als een externe bron van rechtvaardiging te gebruiken. Hierdoor waren ze vervolgens juist meer geneigd zich milieuvriendelijk te gedragen.

Onze resultaten laten dus zien dat, net als hechte anderen, mediaberichten over wetenschap als een externe bron van rechtvaardiging kunnen dienen en zo milieuvriendelijk gedrag kunnen rechtvaardigen. Dit is een belangrijke aanvulling op het huidige onderzoek met betrekking tot massamediacommunicatie, met name op wetenschapscommunicatie onderzoek. Wetenschapscommunicatie onderzoek concentreert zich vaak op hoe wetenschap en wetenschappers in de media afgebeeld worden (e.g., Dudo et al., 2011; Long & Steinke, 1996) en hoe wetenschapscommunicatie de attitudes van mensen ten opzichte van wetenschap beïnvloedt (e.g., Hwang & Southwell, 2009). Hoe de overtuigingen van mensen over wetenschap hun (ongerelateerde) gedrag beïnvloedt was tot nog toe onderbelicht. Ons onderzoek vult het eerdere onderzoek aan door te laten zien dat de manier waarop media de wetenschap neerzetten, invloed kan hebben op milieuvriendelijke gedrag.

### **Praktische Implicaties**

Dit proefschrift laat zien dat mensen bedreven zijn in het vinden van excuses om hun milieuvriendelijke gedrag te rechtvaardigen. Betekent dit dat het geen zin heeft om mensen over te halen om zich milieuvriendelijk te gedragen en dat de vele campagnes nutteloos zijn? Dat denken we niet. We zijn echter wel van mening dat er bepaalde factoren zijn waar men rekening mee kan houden bij bijvoorbeeld het ontwikkelen van campagnes of het communiceren over de wetenschap met het grote publiek. Deze zullen we hieronder bespreken.

### **Campagne ontwikkeling**

Ten eerste is het van belang dat bij het ontwikkelen van campagnes onderkend wordt dat het niet het geval is dat wanneer mensen zich eenmaal milieuvriendelijk gedragen, dat ze dit dan zullen blijven doen. Ons onderzoek laat zien dat mensen zowel interne als externe bronnen van rechtvaardiging kunnen gebruiken als excuus zodat ze zich niet langer milieuvriendelijk hoeven te gedragen. Ook in de wetenschap wordt het meeste onderzoek naar milieuvriendelijk gedrag bestudeert, zonder rekening te houden met de invloed van gedragingen voor- of na het milieuvriendelijke gedrag (e.g., Carrico & Riemer, 2011; Cialdini, 2003; Kareklas, Carlson, & Muehling, 2014; Kong & Zhang, 2013; Meijers, Verlegh, & Smit, 2014; Pelozo, White, & Shang, 2013; Rabinovich, Morton, Postmes, & Verplanken, 2009; Schuhwerk & Lefkoff-Hagius, 1995; Tucker, Rifon, Lee, & Reece, 2012). Dit proefschrift laat echter zien dat er niet zomaar vanuit gegaan kan worden dat wanneer iemand zich eenmaal milieuvriendelijk gedraagt, dat dit zo zal blijven.

In Hoofdstuk 3 hebben we laten zien dat milieuvriendelijk zelfidentiteit een belangrijke factor is die beïnvloedt of mensen meer of minder geneigd zijn zich consistent milieuvriendelijk te gedragen. Mensen met een

milieuvriendelijke zelfidentiteit zijn namelijk minder geneigd om milieuvriendelijk gedrag te (willen) rechtvaardigen. Wanneer mensen dus een product kopen zoals ecologisch wasmiddel, omdat zij milieuvriendelijk zijn, zullen ze zich erna hoogstwaarschijnlijk nog steeds milieuvriendelijk gedragen. Wanneer mensen echter een milieuvriendelijk product kiezen omdat ze anderen willen imponeren (Griskevicius et al., 2010) en niet zozeer omdat ze milieuvriendelijk zijn, zullen ze eerder geneigd zijn zich vervolgens milieuvriendelijk te gedragen doordat ze dat kunnen rechtvaardigen. Onze resultaten laten dus zien dat het van groot belang is dat mensen zichzelf zien als een milieuvriendelijk persoon, want op deze manier zullen ze zich consistentere milieuvriendelijk gedragen. Wanneer er campagnes ontwikkeld worden is het dan ook belangrijk dat naast dat mensen overtuigd worden zich milieuvriendelijk te gedragen, dat deze campagnes ook een milieuvriendelijke zelfidentiteit bewerkstelligen, op deze manier zal de kans op langdurig milieuvriendelijk gedrag vergroot worden.

Een manier om dit te bewerkstelligen is met de sociale etiketteringstechniek (Kraut, 1973). Bij de sociale etiketteringstechniek, krijgen mensen een spreekwoordelijk etiket op zich geplakt (e.g., Allen, 1982; Bem, 1967; Goldman, Seever, & Seever, 1982; Kraut, 1973; Strenta & Dejong, 1981), bijvoorbeeld “jij bent een milieuvriendelijk persoon”. Dit etiket zorgt er vervolgens voor dat mensen zich ook daadwerkelijk zo gaan zien (“ik ben milieuvriendelijk”) en zich ook zo gaan gedragen (“ik gedraag me dus ook milieuvriendelijk”). Door dit etiket op mensen te plakken, wordt er dus een bepaalde identiteit bewerkstelligd die het vervolgedrag beïnvloedt. Een voorbeeld zou zijn dat bedrijven op verpakkingen van milieuvriendelijke producten kunnen aangeven dat de consument blijikbaar om het milieu geeft en een milieuvriendelijk persoon is, aangezien deze het product gekocht heeft. Onderzoek laat zien dat dit soort etikettering effectief kan zijn, zelfs als de consument het product in eerste instantie om andere redenen dan milieu redenen gekocht heeft (Cornelissen et al., 2007; Cornelissen et al., 2008) – bijvoorbeeld een spaarlamp kopen omdat deze op de lange termijn goedkoper is, in plaats van dat deze op de lange termijn energiezuiniger is. Zoals Hoofdstuk 3 laat zien zal het bewerkstelligen van een milieuvriendelijke identiteit dan leiden tot minder rechtvaardigingseffecten en meer langdurig milieuvriendelijk gedrag.

#### **Media communicatie met betrekking tot wetenschap**

Een andere implicatie van dit proefschrift is dat het belangrijk is hoe de media communiceren over wetenschappelijke ontwikkelingen en vooruitgang. De manier waarop media communiceren over wetenschap kan namelijk onbedoelde negatieve effecten hebben op milieuvriendelijk gedrag. Door het vooruitgangsframe dat vaak gebruik wordt door de journalisten (Long & Steinke, 1996; Nisbet et al., 2002), kunnen mensen het gevoel krijgen dat de wetenschap almachtig is (Nelkin, 1995; Nisbet et al., 2002). Dit kan er toe leiden dat mensen het gevoel krijgen dat milieuproblemen wel opgelost worden door de wetenschap.

Wanneer er bijvoorbeeld in de media bericht wordt over geo-engineering en hoe dit de klimaatproblematiek zou kunnen oplossen, kunnen mensen het gevoel krijgen dat hun eigen milieuvriendelijke gedrag overbodig is. Om een voorbeeld te geven, het openbaar vervoer nemen in plaats van de auto om het broeikaseffect tegen te gaan, voelt minder nodig wanneer het mogelijk is het broeikaseffect tegen te gaan door reusachtige spiegels te plaatsen die het zonlicht reflecteren. Deze geo-engineering technieken kunnen echter hoge kosten en risico's met zich meebrengen en zelfs contraproductief zijn (Keller et al., 2014). Daarom is het belangrijk, om wanneer er gecommuniceerd wordt met het publiek over geo-engineering, niet alleen te benadrukken wat er bereikt zou kunnen worden, maar ook dat de technieken nog verfijnd moeten worden en dat de gedragsverandering van mensen van groot belang blijft om milieuproblematiek te voorkomen. Op deze manier zullen mensen eerder het belang van milieuvriendelijk gedrag inzien, waardoor ze minder geneigd zullen zijn wetenschap als een externe bron van rechtvaardiging te gebruiken en ook milieuvriendelijk gedrag blijven vertonen.



