# Inspiratiedag Klimaatcommunicatie 25/01/2023

<https://omgeving.vlaanderen.be/nl/inspiratiefestival-meer-mensen-engageren-voor-het-klimaat-op-zoek-naar-verbindende-praktijken>

* Via bovenstaande link vind je alle ppts

## Keynote ‘De laatste olifant in de kamer’ (Koen Thewissen) 🡪 zie ppt en nota’s papier

Iedereen heeft de mond vol van duurzaamheid. We lijken intussen allemaal te weten dat we ons gedrag moeten veranderen. En toch blijft échte gedragsverandering uit. Meer nog: klimaatacties roepen soms zelfs weerstand op. Hoe komt dat?

**Koen Thewissen (weareDaniel)** zocht en vond enkele oorzaken voor deze ‘klimaatspagaat’ in ons brein. Vijf denkfouten (of biases) liggen volgens Koen aan de basis van de huidige inertie. Maar er is ook goed nieuws: wanneer we deze denkfouten begrijpen, dan kunnen we ze gebruiken om gedrag in een positieve richting te sturen. Tijdens zijn lezing ging Koen in op hoe we – met gedragspsychologie als wapen – die denkfouten kunnen gebruiken om meer mensen de engageren voor de klimaattransitie.

[In de presentatie (73.94 MB) pdf](https://omgeving.vlaanderen.be/sites/default/files/2023-02/Inspiratiefestival%20klimaat_%20Presentatie%20%27De%20laatste%20olifant%20in%20de%20kamer%27_0.pdf) vind je naast alle inhoud uit deze lezing ook nog extra wetenschappelijke bronnen, achtergrondinformatie en boekentips (klik op de beelden/tekst).

## Sessie 1: Omgaan met polarisatie: hoe communiceer je verbindend?

(Tomas Baum,directeur Kazerne Dossin)

### Hoe werkt polarisatie?

3 basiswetten (beschrijvend)

* **Gedachtenconstructie** (Wij-zij denken)
* **Brandstof** = uitspraken over de identiteit van anderen (pos of neg uitspraken)

Ook pos uitspraken blijven een ‘andere groep’ apart zetten bv ‘vrouwen zijn lief’, ‘mannen zijn handig’.

Vaak veralgemenend, stereotyperend

Vaak korte boodschappen, daarom is twitter een ideale brandstof

* **Gevoelsdynamiek:** intuïtief, buikgevoel

Bv er vormen zich vanzelf kleine groepjes die onderling meer verbinding voelen (bv dag 1 op congres zet je mensen samen, dag 2 zoeken ze elkaar op, en komen ook voor elkaar op binnen grotere groep ‘onbekenden’)

### Polarisatie vs conflict

* Polarisatie gaat vaak samen met conflict, maar is geen conflict op zich

Bv Oekraïne: duidelijk conflict. Polarisaties die hierrond ontstaan zijn: NAVO vs Russen, duiven tegen havikken in Europa, Russisch sprekende vs Oekraïens sprekende Oekraïners (bi Ukraine), Oekraïense vluchtelingen opvangen of niet in B? (cf onfair mr iemand helpen beter dan niemand helpen)

Bv ecomodernisten vs klimaatactivisten zeggen over elkaar: naïevelingen/techneuten.

Bv relatieconflict: tandpastatube - verhaal gedeeld in familie: stereotypen verteld over andere kant van familie: wij-zij 🡪 nt noodz conflictueus maar kan wel leiden tot conflict

* Conflict = zichtbaar, topje ijsberg 🡪 moet eerst opgelost worden voor je polarisatie kunt wegwerken
* **Tijd, plaats en conflicteigenaren/partijen** zijn nodig voor conflict

### Rollen in polarisatie

* **pusher**: creëert polemiek, geeft brandstof voor polarisatie (brandstof verschillend van standpunt), *gespreksvorm = monoloog*; nt perse negatief

Bv Dries Van Langenhove, brandstof = zij die naar hier komen en dan ook nog onze tradities willen overnemen

Bv Donald Trump, brandstof = democraten zijn landsverraders/dieven, Mexicanen zijn verkrachters, Chinezen zijn virusmakers

Bv Greta Thunberg, brandstof = zij die meest vervuilen, doen niets (if you’re neutral you’re compliant)

Verbindend perspectief ve pusher: ik heb gelijk, ik doe er iets aan

* **joiner**: kiest een kant en uit die ook (en vanzodra keuze zchtbaar is, is van kant wijzigen moeilijk: kontendraaier of verrader); spreekvorm: debat

Bv ‘Dries VL overdrijft soms, maar heeft wel een punt’

* **middengroep;** *spreekvorm = dialoog*
	+ **the silent** : is onverschillig, kiest geen kant, MAAR je kan ze wakker maken, : dialoog
	+ **de genuanceerden** : zijn betrokken, en voelen de druk/het getrek langs beide kanten: voelen de pijn van de polarisatie, maar kiezen geen kant; spreekvorm: dialoog
	+ **de professionals** : moeten in midden blijven omwille van job (bv politie, rechter, leerkracht, beleidsmakers/bestuurders, …): voelen soms dat hart aan een kant staat, maar mogen/kunnen keuze niet kenbaar maken, : dialoog
* **bruggenbouwers/bemiddelaars**: dragen eerder bij aan polarisatie ipv tegen te gaan. Bv ecorealisten vs ecodromers: ‘**zij** zijn zo slecht nog niet, ze willen eigenlijk hetzelfde als…’: wisselen voortdurend van kant en bevestigen daarmee beide de polen. Proberen op die manier conflict te vermijden, maar werken polarisatie niet tegen, gespreksvorm : modereren. Intendant vd overheid zit tussen bruggenbouwer en professional in. Bruggenbouwers gaan van a naar b en terug naar a, maar gaan nooit een kloof dichten in het midden.
* **soms gaat polarisatie verder en worden polen extremer, bijna iedereen kiest een kant** 🡪 vuur van zondebok: als je te lang in midden blijft wordt je scapegoat/**zondebok** (hutu of tutsi) bv professionals blijven te lang in midden en horen er niet meer bij. Iedereen kan rol wijzigen, behalve zondebok (daar wordt niet meer naar geluisterd) ; remedies helpen niet meer, je zit met conflict en uitsluiting, geweld, oorlog

In werkelijkheid is er steeds asymmetrie. Soms geef je ‘proper’ argumenten zonder te polariseren, maar wordt je door publiek wel op een pool ‘gezet’.

Bovenstaande is geen machtstheorie, maar beschrijving van wij-zij denken.

* 6de rol = **game changers**: 4 types: veranderen van doelgroep, van onderwerp, van positie of van toon.

Bv richt je op het midden (op the silents) ipv op de polen

Bv leg een nieuw vraagstuk op tafel, waarbij dat wij-zijgevoel niet speelt, maar dat beide groepen aanbelangt bv leerkracht tegen ll waar : hoe kunnen we samen leren? (‘leren, dat doe ik niet’ 🡪 je weerlegt: we zijn op school, daar gaan we leren; ‘samen? Dat zal niet lukken/ik do niet mee’ 🡪 gaat niet, want als we samen iets doen kan je niet kiezen om niet mee te doen)

Om polarisatiedruk tegen te werken, wil men werken met middenvelders, maar omdat je ze niet hoort, ken je ze niet (itt pushers, die meestal wel gekend zijn)

### Wat kan ik doen?

* Zorgen dat oordeel wegvalt!
* Taal is belangrijk: belang van subtiel woordenwerk in het midden

|  |  |
| --- | --- |
| **Potentieel polariserend** | **Verbindend** |
| Neutraal (je mag aan mij niks zien) | Onafhankelijk |
| sympathie | Empathie |
| Begrenzen | Uitnodigen |
| oplossingen | Vraagstukken |
| stellingen | Dilemma’s |
| Analytisch vermogen | Beeldend vermogen |
| management | Leiderschap |
| Behoeften | Verlangen |
| identiteit | Loyaliteit |
|  |  |

Vb: analytisch vermogen vs beeldend vermogen:

Corona:

Analytisch: cijfers tonen aan: geen discussie mogelijk, we moeten binnen blijven (sec: we hebben een probleem🡪…)

Beeldend vermogen: binnen houden is moeilijk, hoe heb je dat gedaan, hoe doe je dat? (werken op specifiek gevel: weet je nog…?)

* Laat buikgevoel los en richt je op het midden, zoek hiervoor steun bij influencers

Onverschilligen is moeilijkste groep om mee te werken, want je kan iets wakker maken

Soms moeilijk bv anti-racistische scholen willen zogezegd verbinding maken, maar laten geen keuze, oordelen over groep waarmee ze contact willen maken (racisten)🡪 komt niet authentiek over, lukt niet om in dialoog te gaan met iemand die monoloog gewoon is of verwacht.

* Verbinding leggen zit niet enkel in taal, maar ook onderzoeken wat het eigenlijke vraagstuk is. Elke casus vergt onderzoek: kunnen we een vraagstuk maken die de middengroep verbindt in die specifieke, relevante context?

Media: Vaak debatten georganiseerd met polen, maar daarnaast ook diepgaande programma’s die verdiepend werken (middenveld aan het woord)

Belangrijk advies: bewegen tussen drang en bewegingloosheid

Verbinding maken met sociale media is heel moeilijk (wel damage control modus); wel evt mensen zoeken die kennis hebben van zaken uitnodigen.

### Hoe communiceer ik verbindend?

## Sessie 2: De taal van het klimaat.  Over biases, framing en metaforen.

Koen Thewissen

Commentaar/feedback op keynote sessie:

1. Loss aversion: moeten we ook niet praten over het feit dat het ook minder zal moeten zijn (niet enkel ‘leuker’? Ja, maar mss niet noodzakelijk dat minder ook minder leuk moet/zal zijn.

Wie zal minder moeten doen? Wij = alle Belgen zijn die 1%

Wat is leuk/minder leuk? Beeldvorming🡪 rol media/organisaties (bv kansarmoede, verwachtingen scheppen van wat leuk zou moeten zijn (Valérie), bv ook beeldvorming wat is leuk-wat is natuur 🡪 (Koen) kan ook omgekeerd: verhinderen dat we iets dreigen te verliezen (bv we dreigen merel te verliezen) bv ook tijdens en na Corona: tijdens Corna: ‘terug tijd vinden voor elkaar, wandelen = klein en fijn’; post-corona: ‘knaldrang, feestjes en vliegen,… eindelijk, het kan weer!’

Recent en relevant: Rouw en loslaten: hoe stoppen we met bepaald gedrag, met bepaalde dingen, het eindigen /ophouden van dingen en iets in de plaats krijgen? Boek ending: visie op dat probleem

1. Afknappen op Engelse termen = ook aangepaste taal 🡪 gebruik middel Engels in comm. , universele taal voor anderstaligen, mensen m beperking etc 🡪 lijst zal nog doorgestuurd worden (beter: permitteren dan veroorloven)
2. Woordgebruik: ‘massa manipulatie (beter: beïnvloeding)’ nodig + ‘wegmoffelen van woord ‘macht’ in verhaal (waardoor we vervlakken), er is groep mensen die niet beïnvloedbaar is door de ‘taal van het klimaat’. Slimme mensen doen niet altijd slimme dingen, helaas! Alle tools inzetten om de meeste mensen mee te krijgen voor wat wij beschouwen als ethisch correcte keuze, en dan dus inboeten op keuzevrijheid. Groen = breekpartij en heeft werk gedaan 🡪We moeten op zoek naar tolken om de massa mee te krijgen🡪 moet Groen als partij meer in het midden gaan staan, of extreem links blijven staan? (raam van Overtone). Extreem rechts staat nu midden in het raam v Overtone, met juiste technieken halen zij binnenkort 50%.

Stel dat we Jeroen Meus mee krijgen (zit midden op de kar)🡪 we mogen niet zoeken naar diens fouten, maar hem beschermen. Er gaan altijd mensen op de fouten wijzen, maar Trump bv zegt ‘I a human, I make mistakes’ en wint daardoor verkiezingen 🡪 geef toe dat je fouten maakt! Fouten maken leidt tot voortschrijdend inzicht. Bv toegeven dat vliegtuig mijden soms moeilijk is, maar soms ook leuk (narratief, menselijke ervan benadrukken)

Bij 80% mensen is mss 20% pro verhulst

Vbn van goed verbindend communiceren op TV? Enkel Canvas na 22u 🡪 bepaald in-group

Media is hoop maar geen strategie

Framing: korte keten, duurzaamheid

Creatieve vrijheid (film, reclamewereld) vs stimuleren tot rolmodel (FAV: )

Ook extremen werken om dialoog op gang te trekken en iets in vraag te stellen (wel op maat van doelgroep, zodat het correct gezien wordt als extreem).

Communicatie voorleggen aan focusgroep (buiten comfortzone) om te kijken of woorden goed gekozen zijn OF zoek synoniemen op internet

Angst om iets niet te hebben gedaan effectiever dan angst om iets te verliezen (loss aversion) = het niet hebben van een pos effect in de toekomst.

Weerhaakje:

Rebound effect/moral licensing: schuldgevoelens afkopen 🡪 kennis kan hier el spelen

Interessante vraag (met buur)

* werken deze biasses/modellen voor elk doelgroep (ook Marokk influencer van 20) cf onderzoekers/aanwezigen vandaag zijn gepriviligeerd en uniform
* Ook keuze van influencers die moeten vertolken moeilijk te kiezen, want veel keuze (er zijn meer influencers dan vroeger: youtube/tiktokkers naast Verhulst of Meus.
* Angst vs hoop: angst is sterke driver naar actie als het gepaard gaat met agency (weten wat je moet doen om een betere richting in te draaien + je hebt iemand om kwaad op te zijn), anders werkt het verlammend

Goede voorbeelden:

1. In/outgroup: sterrebeek: zouden jullie graag meer bomen willen in straatbeeld + waar? 🡪 dit voorgelegd aan wilde bosplanters en op die manier outgroup betrokken , zodat ze de input/ingroup van burgers volgen

(als je vraag stelt: wie wil meer groen/natuur dichtbij? Zal bijna iedereen daar ja op zeggen. Daarna concreet maken, paradox of choice: duidt plaats aan voor 1 boom 🡪 volgende stap zou zijn: nadenken hoe je hier biodiversiteit kan rond ontwikkelen).

Je kiest/definieert zelf je ingroup bv mensen die stukje vlees lusten overtuigen (niet vegetariërs) 🡪 we weten dat vlees niet gezond is (feit, dat is waar) 🡪 duidelijk gemaakt dat je in dezelfde ingroup zit 🡪 vraag aftoetsen om te controleren of je juiste ingroup hebt = belangrijk

1. Framing/taal:

Mobiliteitsplan klinkt beter dan circulatieplan (circuleren klinkt neg, alsof je als burger moet circuleren = neg, moeite doen; plan klinkt beter)

Klimaatverhaal speelt op veel plaatsen rol 🡪 reframen van activiteiten richting verbreding richting klimaat🡪 Natuurpunt: ziet veel blanke, Nederlandstalige gebruikers van natuur🡪 via Ligo: mensen aanspreken om Nederlands te leren tijdens de NP-wandelingen (als werkplekleren ipv Nederlandstalige cursus schools)🡪 meer anderstaligen betrokken, sluiten nu wel aan.

‘Alleen mensen kunnen het tij keren’: trekt mensen aan want inclusief en niet gebonden aan organisatie.

Mindfulness ipv yoga

Omgekeerd: vliegschaamte = verkeerd en onproductieve framing? Omvat geen redelijkheid (wel: moeten wij zoveel vliegen?)🡪 redelijkheid ipv ja of neen-discussie ~ paradox of choice: als je mensen vraagt of vluchten onder 1000 km verboden moet zijn, is 80% akkoord 🡪 politiek moet er iets mee doen! = bewijs dat er gedragenheid is.

chatGPT: vraag synoniemen

1. Loss aversion:

Landbouwers gaan door rouwproces, niet helpt en zal ramp worden als niemand er iets aan doet. Landbouwers zouden in onze ingroup moeten zitten en voelen zich in de outgroup.

1. Social proof:
2. Paradow of choice: geen keuze geven is soms beste 🡪 gewoon doen (bv veggie) en kijk naar reactie, vaak is er geen reactie over omdat mensen er niet over nadenken

🡪 norm opleggen kan goede strategie zijn (we praten er niet meer over, maar leggen norm op): ‘het is een vegan festival’🡪 ‘ah ja, waar is de muziek?’ vs ‘wil je een vegan festival? ‘ 🡪 neje!!’

The good wave (centrum voor effectieve klimaatcommunicatie): zie QR-code; uitnodiging om 15 min gedachten te wisselen