

# Hoe dringen we het smartphonegebruik in het verkeer terug?

Het gebruik van de smartphone is de afgelopen jaren sterk toegenomen. Het gebruik verandert. Werd er vroeger voornamelijk mee gebeld, tegenwoordig gaat het met name om het bekijken en versturen van tekstberichten via sociale media. De meeste gebruikers hebben het gevoel dat ze onmiddellijk moeten handelen en reageren, zelfs als ze op dat moment achter het stuur of op de fiets zitten. **Gevolg: de kans op een verkeersongeval neemt flink toe. De Stichting Wetenschappelijk Onderzoek Verkeersveiligheid (SWOV) schat in dat hierdoor jaarlijks enkele tientallen verkeersdoden vallen. Alle redenen om stil te staan bij de mogelijkheden om het gebruik van smartphones in het verkeer terug te dringen. Geen gemakkelijke opgave. Traditionele methodes van voorlichting en waarschuwen voor de gevaren schieten in ieder geval te kort.**

GERARD TERTOOLEN (DE VERKEERSPSYCHOLOOG GTI)

## MODERNE MYTHES

Volgens professor sociale psychologie Icek Ajzen circuleren onder professionele veranderaars twee populaire mythes. De eerste is dat (meer) kennis leidt tot (ander) gedrag. Als mensen beter geïnformeerd worden, zullen ze hun gedrag gaan aanpassen. Helaas, bewijs is er niet voor. Informatie – hoe betrouwbaar ook – over rampzalige gevolgen van appen tijdens het rijden, heeft nauwelijks invloed op ons doen en laten. De tweede mythe is dat een positieve houding tot bijpassend gedrag leidt. Wie positief over verkeersveiligheid denkt, zal de smartphone tijdens het rijden wel in de zak houden. Wederom misgeschoten. Vaak volgt het vormen van een attitude pas na het vertonen van bepaald gedrag. We appen en internetten maar in het verkeer, en concluderen dat het risico ervan eigenlijk wel meevalt.



Foto: De Verkeerspsycholoog GTI

We appen en internetten maar in het verkeer, en concluderen dat het risico ervan eigenlijk wel meevalt.

## THE THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR, KRACHT EN KRITIEK

Ajzens ontwierp een theorie over hoe gedrag en gedragsverandering tot stand komt ('the theory of planned behaviour'). Hij spreekt van drie cruciale factoren:

1. Waar leidt ons gedrag toe? Wat levert het ons op? (dit bepaalt onze houding of *attitude* over het gedrag);
2. Wat vinden andere mensen in onze omgeving van ons gedrag? (het gaat hier om de *norm* omtrent het gedrag);
3. Kan ik het gedrag ook zelf zonder al te veel problemen uitvoeren of nalaten? (dit wordt '*de waargenomen beheersbaarheid*' genoemd).

Eigenlijk is het dus betrekkelijk eenvoudig. Gedragsverandering lukt pas als je aan alle drie overwegingen sleutelt. Deze 'theorie van gepland gedrag' werd een van de meest wijdverbreide theorieën op het gebied van menselijk gedrag. Toch lijkt de theorie voor het veranderen van smartphonegebruik in het verkeer weinig te bieden te hebben. Kijk maar mee:

1. Veel verkeersdeelnemers denken veilig hun smartphone te kunnen gebruiken achter het stuur. Tot nu toe is het

immers altijd goed gegaan. De zelfoverschatting viert hoogtij. Dit maakt dat men, ook al wordt men gewaarschuwd, het gevaar niet inziet of wil inzien. De *attitude* is dus niet tegen het smartphonegebruik gericht.

2. De meeste mensen zullen zeggen dat smartphonegebruik in het verkeer niet slim is. Maar tegelijkertijd weet ook iedereen dat veel vrienden en kennissen het regelmatig doen. Dus ook de *norm* zorgt er niet voor dat we het achterwege laten.
3. Nieuwsgierigheid in combinatie met het ontbreken van serieus risicobesef laten ons iedere keer weer onmiddellijk de smartphone grijpen. Waarom wachten tot we op onze bestemming zijn? Helaas, ook de *waargenomen beheersbaarheid* van het gedrag, staat smartphonegebruik tijdens verkeersdeelname niet in de weg.

Weinig bemoedigend dus. Maar voordat we de theorie van Ajzen afserven, kunnen we misschien toch hoop putten uit een verbluffende omwenteling die zich de afgelopen twintig jaar heeft voorgedaan in een ander breed maatschappelijk vraagstuk: het roken.

## OMSLAG BIJ HET DENKEN OVER ROKEN

De vraag 'mag ik hier roken?' die zo'n vijftien jaar geleden vanzelfsprekend met 'ja' werd beantwoord, wordt vandaag niet eens meer gesteld. De kentering begon met een kleine rechtszaak waarin iemand een rookvrije werkplek afdwong. Het begon klein, zoals alle grote dingen. Langzaam maar zeker werd de publieke opinie aan het wankelen gebracht.

Aan de omslag ging een verandering in focus vooraf. Men stopte met de individuele roker aan te spreken op zijn gezondheid. Kortetermijndenken en een gebrek aan inlevingsvermogen maakten deze weg bij voorbaat kansloos. De ommekeer kwam door roken te veranderen van een individueel probleem in een maatschappelijk probleem.

De frontale aanval kwam op alle fronten van Ajzens denkmodel tegelijk. Naast aandacht voor de *gevolgen* van roken en niet-roken op de leefomgeving, werd de *norm* zienderogen bijgesteld. In discussieprogramma's werd de samenleving aangesproken en gehoord. Er was plaats voor gevoelens: weinig maatschappelijke debatten waren zo emotioneel als die over het roken. Op subtiele manieren werd aan de norm gesleuteld: waar in films eerst alle helden rookten, werd dit gedrag gaandeweg gereserveerd voor de boeven en weldra verdween de sigaret helemaal van het witte doek.

Ook het derde aspect van Ajzens theorie (waargenomen beheersbaarheid) werd bij de kop gepakt. Stap voor stap werd het roken in openbare ruimten verboden. Waarbij ook politici in een vroeg stadium een voorbeeld stelden.



Foto: Anne Schreuleikamp

De ommekeer bij roken kwam er door het te veranderen van een individueel probleem in een maatschappelijk probleem.

## OPSTAP NAAR EEN INTEGRALE LANGETERMIJNAANPAK

Terug naar de smartphone. Er is dus behoefte aan een integrale langetermijnaanpak. Hier volgt het recept voor zo'n aanpak, gebaseerd op Ajzens 'theory of planned behaviour' en gebaseerd op de succesvolle omwenteling bij het roken.

1. Intensiveer campagnes. Maak diverse varianten en zorg dat het campagne-uitingen overal terug komen. Zorg tegelijk voor een overkoepelend beeldmerk, conform de Bob-campagne, dat bij iedereen bekend wordt (umbrel-



Foto: De Verkeerspsycholoog GTI

Positioneer 'niet-appen in het verkeer' als de gewenste zaak van de wereld. Benadruk het gewenste gedrag in populaire tv-series en films.

1. Positioneer 'niet-appen in het verkeer' als de gewenste zaak van de wereld. Mensen met voorbeeldfuncties (bestuurders, beroepschauffeurs en docenten) dienen van onbesproken gedrag te zijn. Veroordeel misstappen bij hen streng. Benadruk het gewenste gedrag in populaire televisieseries en films (een vorm van 'product placement').
2. Zet educatie-programma's op voor scholen en jongerenorganisaties. Laat in deze programma's de doelgroep zelf problemen benoemen en oplossingen aandragen. In plaats van weerstand opbouwen tegen een te brave en te betweterige overheid, gaat men zo zelf nadenken over het onderwerp en overtuigt men zichzelf van het gewenste gedrag (in de psychologie heet deze techniek 'self persuasion').
3. Stimuleer en benut technische mogelijkheden. De techniek kan helpen het ongewenste gedrag lastig of onmogelijk te maken, maar ook om het ongewenste gebruik van smartphones op te sporen en vast te stellen, zodat er tegen opgetreden kan worden.
4. Breng de mogelijkheden van mensen om de smartphone in het verkeer te gebruiken trapsgewijs terug. Begin met fietsers aansprakelijk te stellen voor schade als gevolg van telefoongebruik op de fiets. Als de tijd rijp is voor een volgende stap: ga (locatie-specifiek) het gebruik van de smartphone op de fiets beetje bij beetje strafbaar stellen.
5. Verkeersveiligheidsorganisaties luiden al geruime tijd de alarmbel over de vele slachtoffers als gevolg van het gebruik van de smartphone in het verkeer en de verwachtingen zijn somber. Om met Abraham Lincoln te spreken "The best way to predict our future is to create it." En de toekomst is al lang begonnen...

Trefwoorden: sensibilisering, smartphone, psychologie, verkeersveiligheid.