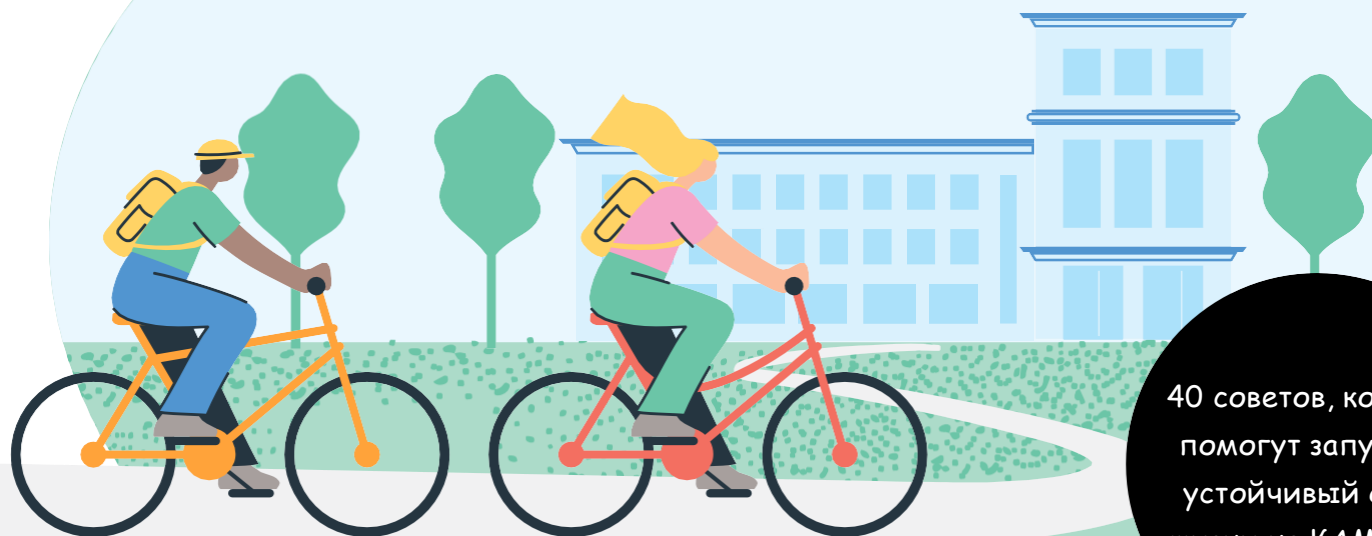


Маленькая книга Зелёных стимулов



40 советов, которые
помогут запустить
устойчивый образ
жизни на КАМПУСЕ

©Программа ООН по окружающей среде и GRID-Arendal, 2020

ISBN: 978-82-7701-198-1

Рекомендуемое цитирование:

Программа ООН по окружающей среде, GRID-Arendal и The Behavioural Insights Team - BIT (2020). *Маленькая книга зеленых стимулов: 40 советов для стимулирования устойчивого образа жизни на кампусе.*

Найроби и Арендал: ЮНЕП и GRID-Arendal.



Иллюстрации и иконки - Studio Atlantis.

Переиздание

Настоящая публикация может быть полностью или частично воспроизведена в любой форме в образовательных или некоммерческих целях без специального разрешения правообладателя при условии указания источника. Программа ООН по окружающей среде будет признательна за получение копии любой публикации, использующей данное издание в качестве источника. Запрещается использовать данную публикацию для перепродажи или в любых других коммерческих целях без предварительного письменного разрешения ЮНЕП.

Отказ от ответственности

Используемые обозначения и изложение материала в данной публикации не означают выражения какого-либо мнения со стороны Программы ООН по окружающей среде или GRID-Arendal относительно правового статуса какой-либо страны, территории, города или района, или их властей, или относительно делимитации их границ. Кроме того, высказанные мнения не обязательно отражают решение или заявленную политику ЮНЕП или GRID-Arendal, а также упоминание торговых названий или коммерческих процессов не означает их одобрения.

Примечание

Эта публикация была разработана по заказу Программы ООН по окружающей среде (ЮНЕП) под руководством Мари Нисимурь, с поддержкой Карины Мютшеле и при поддержке Сэма Баррэта. Авторы: Джессика Баркер и Тоби Парк из The Behavioural Insights Team - BIT. Лиза Хаймас из GRID-Arendal выполнила функции редактора и координатора проекта. Триста Паттерсон из GRID-Arendal также выступила в роли редактора. Иллюстрации и графика выполнены Studio Atlantis (Элиза Кампаньяро и Ньевес Лопес). Редактуру текста выполнила Гуендалина Де Луиджи (GRID-Arendal). Макет создан GRID-Arendal. Мы благодарим участников Семинара по поведенческой экономике, который состоялся в Найроби в 2019 году. Мы также выражаем благодарность экспертам, которые рецензировали эту публикацию, в частности, Мишель Фаделли (ЮНЕП), Гарретту Кларку (ЮНЕП), Мелиссе Гудолл (Университет Йель), Джули Ньюман (MIT), Шарлотте Боннер (SOS), Изну Паттону (EAUC), Джону Робинсону (Университет Торонто), Ванессе Тиммер (One Earth), Дебре Поу (US Partnership for ESD), Тиму Картеру (Second Nature), Орландо Сазнсу (ARIUSA), Глории Ордоньес (ЮНЕП), Сучаде Чайсавади (KMUTT), Фенгтинг Ли (CGUN/Университет Тунджи) и Джессике-Циань Цзя (Университет Тунджи), а также 45 университетам по всему миру, предоставившим примеры о применении методов зеленого стимулирования."

Маленькая книга Зелёных стимулов

40 советов, которые помогут запустить
устойчивый образ жизни на КАМПУСЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ

ЧТО ТАКОЕ "ЗЕЛЕНЬЕ СТИМУЛЫ?"

ЗАЧЕМ ИСПОЛЬЗОВАТЬ "ЗЕЛЕНЬЕ СТИМУЛЫ?"

КТО МОЖЕТ ПРИМЕНЯТЬ "ЗЕЛЕНЬЕ СТИМУЛЫ?"

КАК ПРИМЕНЯТЬ ЗЕЛЕНЬЕ СТИМУЛЫ: НАПРАВЛЕНИЕ НА EAST

СДЕЛАЙТЕ ЭТО ПРОСТЫМ

СДЕЛАЙТЕ ЭТО ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМ

СДЕЛАЙТЕ ЭТО СОЦИАЛЬНЫМ

СДЕЛАЙТЕ ЭТО СВОЕВРЕМЕННЫМ

ПЯТЬ ШАГОВ ДЛЯ УСПЕШНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ "СТИМУЛИРОВАНИЯ"

КОНТРОЛЬНЫЙ СПИСОК ДЛЯ УСПЕШНОЙ РАБОТЫ ПО ПРОГРАММЕ
СТИМУЛИРОВАНИЯ

ИСТОЧНИКИ

РЕСУРСЫ И ССЫЛКИ

ЗЕЛЕНЬЕ СТИМУЛЫ НА ПЕРВЫЙ ВЗГЛЯД

КАКИЕ "ЗЕЛЕНЬЕ СТИМУЛЫ" ВЫ БУДЕТЕ ИСПОЛЬЗОВАТЬ?

ПРЕДИСЛОВИЕ

Студенты всего мира хотят, чтобы места, в которых они учатся, отражали их ценности. Это означает, что студенты все чаще принимают более твердую позицию в отношении экологических проблем и климатического кризиса.

Об этом свидетельствует недавний опрос Национального союза студентов, согласно которому 86% студентов-первокурсников в Великобритании хотят, чтобы их высшие учебные заведения активно внедряли и продвигали идеи устойчивого развития. Это подтверждает и опрос Princeton Review, согласно которому две трети абитуриентов (или их родителей) хотели бы принимать во внимание при выборе места учебы приверженность вуза к охране окружающей среды.

Призывы к отказу от ископаемого топлива свидетельствуют о том, что студенты подталкивают свои университеты к серьезным изменениям, направленным на преодоление климатического кризиса. И этот барабанный бой, призывающий к действиям, становится все громче.

Перемены, безусловно, необходимы, но они не обязательно должны означать как таковой радикальный переворот.

Поведенческая наука показывает, что простое "стимулирование" к принятию повседневных экологических решений является мощным толчком к экологическим действиям для студентов и других членов студенческого сообщества. Такие методы, как мягкое убеждение, изменение формулировок выбора, сброс стандартных опций или использование социального влияния, могут привести к устойчивому поведению и созданию экологически чистого кампуса.

Сейчас самое подходящее время для того, чтобы опробовать в деле "зеленые стимулы", поскольку высшие учебные заведения пересматривают системы и режим обучения в связи с появлением COVID-19. Это подходящий момент, когда студентов и сотрудников можно побудить к новым моделям поведения, а руководителей высших учебных заведений - задуматься о том, как лучше восстановить систему.

Методы "стимулирования" могут быть не только эффективными, но и зачастую являются экономичными и не требуют больших затрат времени. Они ориентированы на новое поведение, а не на новое оборудование, и могут быть успешными за счет изменения существующих систем и процессов, а не создания новых. Применение методов "стимулирования", позволяющих экономить энергию и ресурсы, помогает не только сохранить планету, но и сэкономить денежные средства для университетов и студентов.

Программа ООН по окружающей среде (ЮНЕП) при поддержке команды по изучению поведенческих факторов (Behavioural Insights Team) внедряет метод "стимулирования" в качестве стратегии, способствующей достижению Целей устойчивого развития (ЦУР) и защите глобальной окружающей среды.



Побуждая людей отказаться от чрезмерного потребления и расточительства, перейти к энергоэффективности и образу жизни с меньшим воздействием, мы играем свою роль в борьбе с изменением климата, а также сохраняем природу, в которой мы живем и от которой зависим.

Метод "стимулирования" - это не единственный инструмент, который у нас есть, и его не следует использовать в ущерб политическим или регуляционным мерам, но они являются важной частью решения проблемы.

Одним из ключевых принципов успешного стимулирования является выбор момента для вмешательства. Когда лучше всего вмешиваться, чем во время формирования студентами своей активной жизни на кампусе? Учебные заведения высшего образования являются "питательными средами" для наших будущих предпринимателей, лиц принимающих решения и создателей трендов, а также для их увеличивающейся потребительской мощности. Стимулирование на кампусе особенно эффективно, потому что именно здесь студенты, часто находясь впервые вдали от дома и имея возможность открыть себя, формируют новые привычки и новые идентичности. Мы надеемся, что устойчивые привычки и осознанные поведенческие модели, которые разрабатываются в этот период, могут сопровождать их на протяжении всей жизни.

В этой небольшой книге приводятся вдохновляющие, основанные на фактических данных примеры "стимулирования", многие из которых доказали свою эффективность в студенческих городках. Но что еще более важно, в ней содержится практическая информация, необходимая для создания и тестирования новых методов, адаптированных к различным специфическим сообществам кампуса.

Будь то студент или сотрудник, в Африке, Азии, Америке или где-либо еще, если вы хотите добиться позитивных изменений в студенческом сообществе, эта книга для вас. Мы надеемся, что она будет вдохновлять, бросать вызов и оказывать влияние, а ее идеи и опыт, которые она отражает, будут широко распространяться.

Потенциал для повышения экологичности наших университетов и общества огромен, и мы не можем терять времени. Небольшой стимул может привести к большим результатам.



Ингер Андерсен
Исполнительный директор ЮНЕП



Дэвид Халперн
Генеральный директор команды по изучению поведенческих факторов (Behavioural Insights Team)

Присоединяйтесь к ЮНЕП, чтобы оказывать влияние на кампусы с помощью методов "стимулирования"

У высшего образования есть уникальные возможности влиять на будущих граждан и тестировать "стимулирующие факторы" в естественных лабораториях.

В "Маленькой книге зеленых стимулов" предлагается практическая схема и 40 приемов, которые могут быть использованы в колледжах и университетах, от небольших до крупных, в зависимости от ресурсов и условий. Применяя этот подход, руководители и активисты колледжей могут способствовать принятию более рациональных решений и сокращению примерно 75% персональных эмиссий, которые обусловлены тем, что мы едим, как мы путешествуем и в каких домах живем. Эта книга не содержит всех ответов на вопросы о том, как лучше изменить поведение при определенных обстоятельствах.

В разных частях света, в разных университетских городках, среди представителей разных полов и культурных групп реализация проектов стимулирования будет происходить по-разному. Но каждый может извлечь уроки из полученных на этом пути знаний.

Эта книга содержит множество идей и советов, однако она представляет собой лишь начало пути. ЮНЕП нуждается в том, чтобы вы перевели эту инициативу на новый уровень. Многие колледжи, университеты и другие высшие учебные заведения по всему миру уже присоединились к этой инициативе, чтобы поделиться своими идеями, протестировать методику, поделиться опытом и поучиться у других. Вместе мы сможем добиться большего успеха и реального воздействия.

Мы надеемся, что вы и ваше учреждение присоединитесь к нам!

Посетите сайт unep.org/nudges.

ЧТО ТАКОЕ "ЗЕЛЕННЫЕ СТИМУЛЫ"?

Существует множество различных подходов к изменению поведения, начиная от внедрения регулирования систем до предоставления информации. В этой небольшой книге мы сосредотачиваемся на тех самых зелёных стимулах: позитивных и мягких способах убеждения, направленных на поощрение устойчивого поведения в университетах. Например, размещение более "устойчивой" еды в заметном месте столовой для студентов было бы подталкиванием, оставляя при этом студентов свободными в выборе того, что они хотят есть. Также подталкиванием было бы автоматическое включение студентов в программу по аренде велосипедов, независимо от того, хотят ли они ей пользоваться. В обоих случаях эти простые изменения сделали бы устойчивый выбор немного более легким, более заметным и кажущимся более обыденным.

Подход "стимулирования" основан на понимании психологии процесса принятия решений. Наш мозг обладает ограниченными ресурсами для толкования сложного и неопределенного мира, что означает, что мы используем умственные ярлыки, которые делают наше поведение очень зависимым от контекста, например, "делай то, что делают все" или "выбирай самый простой вариант". Кроме того, множество наших действий являются автоматическими, так как мы следуем обыденным вещам или действуем на автомате. Зная об этих когнитивных процессах, мы можем вносить изменения в доступные людям варианты ("среду выбора"), чтобы поощрять определенный выбор, или специально проектировать варианты, чтобы использовать или преодолевать распространенные когнитивные предвзятости.

Позитивное и мягкое убеждение для обеспечения безопасного образа жизни



ЗАЧЕМ ИСПОЛЬЗОВАТЬ МЕТОД "СТИМУЛИРОВАНИЯ" ?

Применение методов "стимулирования" помогает людям жить в соответствии со своими ценностями

Большинство людей стремятся соблюдать здоровый образ жизни, экономить деньги или жить более рационально, но не доводят свои желания до конца. Отчасти это происходит потому, что мы отдаем предпочтение краткосрочным желанием (шоколадный торт или новая пара туфель), а не долгосрочным целям. Отчасти это также связано с тем, что на наше привычное поведение бессознательно оказывает влияние физическая и социальная среда, в которой легкие или стандартные решения часто оказываются не самыми полезными для здоровья, экономными или устойчивыми.

Методы "стимулирования" могут сделать жизнь людей более простой и счастливой, поскольку позволяют согласовывать повседневные решения с существующими ценностями.

Методы стимулирования могут работать лучше, чем повышение осознанности

Поскольку существует разница между тем, что мы намереемся сделать, и тем, что мы делаем на самом деле, как правило, эффективнее сосредоточиться, на том, как это делается с помощью метода "стимулирования", на прямом воздействии на изменение поведения, а не просто на повышении осведомленности. Сознание и намерения по-прежнему важны, поскольку они позволяют легче изменить поведение, но их одних редко оказывается достаточно: несмотря на то, что многие люди говорят о своем желании питаться более рационально, на практике они этого не делают. Таким образом, несмотря на то, что плакатная кампания в университетском городке, посвященная экологическим последствиям вождения автомобиля, может помочь людям узнать об этой проблеме, более высокую вероятность снижения использования автомобилей можно получить, если предложить больше мест для парковки велосипедов и меньше мест для парковки автомобилей.

Применение методов "стимулирования" является экономически эффективным

Зачастую применение "стимулирующих мер" обходится довольно дешево, поскольку они часто связаны с изменением способа предоставления выбора, а не с перестройкой инфраструктуры или закупкой нового оборудования. Приемы, помогающие экономить ресурсы, фактически могут позволить университетам сберечь денежные средства. Например, небольшая университетская кафедра в Великобритании может сэкономить более 1 000 фунтов стерлингов в год, если будет выключать свет каждый вечер, и для достижения этой цели можно использовать очень недорогой подход, например, напечатать объявления с напоминаниями и повесить их на выключатели.

Стимулирование необходимо уже сейчас

В условиях постоянно растущей общественной обеспокоенности проблемами изменения климата и окружающей среды, мотивация к устойчивому развитию явно растет. Однако перейти от мотивации к конкретным действиям бывает довольно сложно, особенно когда выбор в пользу устойчивого развития оказывается весьма сложным или неудобным, или требует от нас идти против привычек и устоявшихся норм. Вот здесь-то вам и помогут методы "стимулирования" - они могут снять барьеры и способствовать формированию повседневного устойчивого поведения.

КТО МОЖЕТ ПРИМЕНЯТЬ "ЗЕЛЕННЫЕ СТИМУЛЫ"?

Если вы работаете или учитесь в высшем учебном заведении, эта книга для вас!

Как правило, метод "стимулирования" относительно прост в реализации, так что для его применения не обязательно быть политиком, обладающим большим влиянием и ресурсами. Возможно, вы ...

- руководитель университета, стремящийся обеспечить экологическую ответственность на территории кампуса
- менеджер по устойчивому развитию, желающий добиться значительных результатов при ограниченном бюджете
- студент, желающий попробовать что-то новое и изменить мир к лучшему

В этой небольшой книге собраны самые разнообразные приемы, подтвержденные фактами и уже проверенные колледжами и университетами. Сорок представленных в книге советов сгруппированы в 12 широких стратегий, которые могут быть адаптированы и применены разными людьми к различным моделям поведения в различных контекстах.



Зелёные стимулы могут быть эффективными во всём мире

Метод "стимулирования" работает за счет фокусирования на таких аспектах человеческого поведения, которые во многом являются универсальными. Несмотря на то, что большинство исследований в области поведенческой науки проводилось в Западной Европе и Северной Америке, многие знания в области психологии человека применимы во всем мире.

Например, люди во всем мире руководствуются социальными нормами, и наша зависимость от привычек и других неосознаваемых психических процессов глубоко укоренилась в нашей эволюционной структуре. Конкретные социальные нормы и привычки на территории вашего кампуса могут отличаться от таковых на других территориях.

В то же время вы можете использовать схожие стратегии воздействия на целевые группы. Аналогичным образом, социальные нормы могут отличаться в зависимости от пола, возрастной группы или другой социальной или культурной принадлежности, но при этом для воздействия на конкретные целевые группы можно использовать один и тот же базовый подход.

КАК ПРИМЕНЯТЬ ЗЕЛЕНЬЕ СТИМУЛЫ: НАПРАВЛЕНИЕ НА EAST

Если вы хотите стимулировать какое-либо действие, сделайте их легкими, привлекательными, социальными и своевременными

Легко

Люди часто идут по пути наименьшего противодействия. Поэтому можно способствовать развитию желаемого поведения, устраняя небольшие ограничения или трудности, подталкивая людей к желаемому выбору или изменяя способ предоставления выбора, чтобы сделать желаемое поведение более легким.

Привлекательно

Люди с большей вероятностью согласятся на то или иное поведение, когда оно привлекает наше внимание или соответствует нашей мотивации и убеждениям. Привлечь внимание можно с помощью визуальных подсказок, которые особенно уместны или заметны, а также с помощью мотивации, подчеркивая положительные моменты и используя стимулы.

Социально

На поведение человека огромное влияние оказывает то, что делают окружающие. Вы можете пропагандировать желательные действия, подчеркивая тот факт, что другие люди их совершают. Вы можете также сделать поведение более наглядным и подчеркнуть возможности людей помогать друг другу.

Своевременно

Люди - создания привычек, поэтому стимулирующие воздействия наиболее эффективны в моменты перемен. Кроме того, нам свойственно придавать большее значение настоящему, чем будущему. Вы можете использовать эти тенденции, выбирая стратегическое время для проведения кампаний, подчеркивая непосредственные выгоды от устойчивых действий и помогая людям планировать будущее.

На следующих страницах мы приводим идеи по каждой категории структуры "Легко, привлекательно, социально и своевременно (EAST)", которые вы можете реализовать на территории своего кампуса. Воспользуйтесь приведенными ниже значками, чтобы найти идеи по восьми целевым областям изменения поведения.



Энергосбережение



Экономия воды



Устойчивое питание



Сокращение расхода материала



Устойчивые и экономичные поездки



Сокращение пищевых отходов



Переработка отходов



Вовлеченность и поддержка перемен



СДЕЛАЙТЕ ЭТО ПРОСТЫМ

Используйте по умолчанию

Стимул: Сделать более устойчивый образ жизни выбором по умолчанию.

Подтверждение эффективности: Переход потребителей на возобновляемый тариф на электроэнергию в Германии привел к 10-кратному увеличению числа людей, перешедших на этот тариф.

Почему это работает: Люди склонны придерживаться стандартного выбора или существующего состояния. Это происходит потому, что мы не осознанно подходим к принятию многих повседневных решений, или у нас нет особой мотивации для принятия иного решения. Стандартный выбор также часто воспринимается как "безопасная ставка" или скрытая рекомендация.

Сделать по умолчанию более экологичный вариант, например, блюда из растительного сырья.



Установить норму, согласно которой обедающие будут пользоваться своими чашками и столовыми приборами

Как? В кафе, кофейнях и на мероприятиях, организуемых на территории кампуса, сообщите людям, что они должны приносить и использовать свои собственные многоразовые стаканы и столовые приборы. Предоставляйте одноразовые стаканы и столовые приборы только в том случае, если люди сами попросят об этом.

Кто может быть задействован? Координаторы по организации питания в кампусе



Сделать наиболее экологичный прием пищи выбором по умолчанию

Как? На мероприятиях, проводимых на территории кампуса, следует по умолчанию выбирать более экологичный вариант, например, блюда на основе растительных продуктов. Если посетители хотят получить другой вариант, например, красное мясо, они должны предварительно заказать его (в отличие от существующей нормы, которая часто требует предварительного заказа блюд на основе растительного сырья).

Кто может быть задействован? Координаторы по организации питания в кампусе, кейтеринговые компании



Переход на экологические настройки бытовой и электронной техники

Как? Установите системы отопления и кондиционирования на более умеренные температуры и автоматически снижайте или отключайте их на время праздников, если это не запрещено. Установите для посудомоечных машин и другой бытовой техники экологические режимы работы. Переведите принтеры в режим двусторонней печати по умолчанию и заправляйте их бумагой из вторсырья. Проводите выездные сессии "Настрой свой компьютер", чтобы помочь людям настроить свои ноутбуки на режимы экономии энергии и двусторонней печати.

Кто может быть задействован? Администраторы университета, управляющие зданиями кампуса, отдел информационных технологий

ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ

Мальтийский университет сократил использование бумаги, введя в практику сдачу студентами заданий и заявок на соблюдение исследовательской этики в цифровом виде. Кроме того, университет использовал стандартные настройки для снижения энергопотребления: в кампусе заменили автономные кондиционеры на централизованную систему, которая оснащена регуляторами времени и настройками по умолчанию для снижения температуры.



Установите по умолчанию опции удаленного доступа и устойчивых передвижений.

Как? Для встреч, конференций и мероприятий, проводимых на территории вашего кампуса, сделайте удаленный доступ по умолчанию для участников, которые не живут поблизости. Для мероприятий в других местах, на которые приглашаются сотрудники и студенты, сделайте удаленный доступ по умолчанию и требуйте, чтобы участники приехали лично. Если людям необходимо ехать, то следует ожидать, что они по возможности будут пользоваться общественным транспортом, ездить на поезде или пользоваться совместными поездками. При бронировании авиабилетов следует предусмотреть компенсацию выбросов углерода.

Кто может быть задействован? Руководители университета, административный персонал

ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ

В муниципальном колледже Портленда (США) компьютеры сотрудников по умолчанию выключены на ночь. Колледж перешел на эту систему после того, как были опробованы другие подходы, не давшие результата, в том числе рассылка уведомлений по электронной почте и размещение информации на сайте колледжа. Чтобы обосновать необходимость внедрения этой системы, был проведен ночной аудит, в ходе которого выяснилось, сколько оборудования остается включенным, а затем был привлечен IT-отдел, чтобы оценить, сколько энергии и денег можно сэкономить в месяц за счет автоматического выключения компьютеров. После этого было получено разрешение на внедрение этой системы, и теперь, по оценкам колледжа, автоматическое выключение компьютеров позволяет экономить несколько тысяч киловатт-часов электроэнергии в год.

Сделайте это простым

Устраните или добавьте препятствия

Стимул: Устранить незначительные препятствия для устойчивого образа жизни и добавить препятствия для неустойчивого образа жизни.

Подтверждение эффективности: Количество перерабатываемых отходов в одном из американских студенческих городков увеличилось после внедрения контейнеров со специализированными крышками, которые облегчают контроль за тем, какие предметы куда попадают (устранение препятствий). После того как в кафетерии американского университета не стали предоставлять подносы, меньше продуктов стало выбрасываться впустую, поскольку людям приходилось прилагать усилия, чтобы унести больше еды в руках.

Почему это работает: На нас оказывают непропорционально большое влияние небольшие "издержки" или моменты, создающие неудобства. Устранение этих ограничений может помочь людям действовать в соответствии с их намерениями быть более устойчивыми, в то время как введение ограничений может препятствовать нежелательным действиям.



В финском университете Аалто стало проще добираться до кампуса на велосипеде: там появились станции по ремонту велосипедов и парковка.



Упростить передвижение на велосипеде по территории кампуса

Как? Предлагать услуги по совместному пользованию велосипедами в удобных местах на территории кампуса или предоставлять студентам бесплатный или льготный доступ к муниципальным или частным системам совместного пользования велосипедами. Проводить бесплатные мероприятия по ремонту велосипедов на территории кампуса. Создать хорошо размеченные и безопасные велосипедные маршруты. Обеспечить наличие душевых и удобных мест для хранения велосипедов.

Кто может быть задействован?

Студенты, администрация университета



Внедрение приложений для парковки автомобилей на территории кампуса

Как? Потребовать, чтобы люди, желающие приехать в кампус на машине, регистрировали свои автомобили или оформляли разрешение на парковку, даже если это бесплатно. Усилить требования, сделав так, чтобы разрешение действовало только в течение дня или недели, и чтобы люди были вынуждены обращаться за ним повторно.

Кто может быть задействован?

Администрация парковки кампуса



Усложнить процедуру спуска кранов и душей

Как? Установить таймеры для душа в общежитиях. Оборудовать раковины кнопочными кранами, которые автоматически выключаются через 30 секунд.

Кто может быть задействован?

Администраторы университета, управляющие зданиями кампуса

ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ

Университетский колледж Корка (Ирландия) решил уменьшить хлопоты, связанные с использованием многоразовых стаканчиков, установив на территории кампуса мойки для стаканчиков. Результат: рост на 20% использования многоразовых стаканчиков.



В университетских столовых предлагать тарелки меньшего размера и отказаться от подносов

Как? В студенческих столовых, работающих по принципу "шведского стола", для предотвращения пищевых отходов следует предоставлять маленькие тарелки, а не большие, и отказаться от подносов. Это затрудняет захват большого количества пищи, но оставляет людям возможность взять еще, если они еще голодны.

Кто может быть задействован?

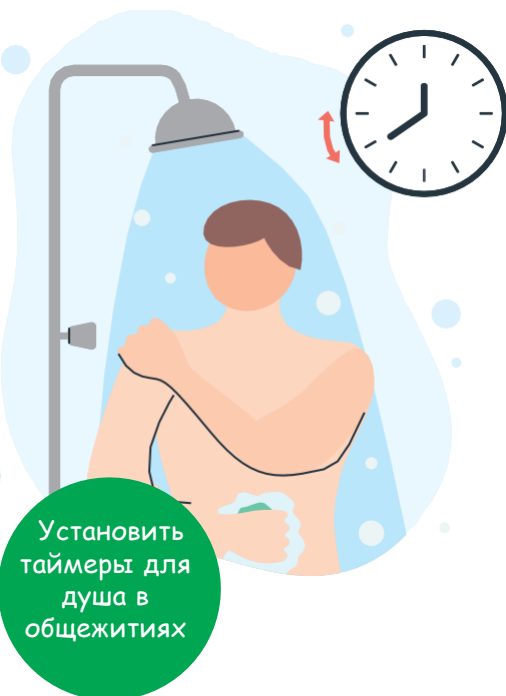
Организаторы общественного питания в кампусе

ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ

Университет Винчестера (Великобритания) упростил студентам процедуру пожертвования ненужных вещей в местные благотворительные организации, оказывающие помощь бездомным и уязвимым слоям населения. Кампания "Bag It Up" была организована группой по охране окружающей среды университета, сотрудниками жилищно-эксплуатационной службы, представителями студентов и благотворительных организаций. Она потребовала взаимодействия с высшим руководством, жилищным отделом и уборщицами, чья работа изменилась в связи с внедрением этой схемы. Сопротивление изменению методов работы могло бы стать препятствием, но уборщицы поддержали идею, как только организаторы объяснили им свои намерения. Первоначальные затраты на мешки для пожертвований были компенсированы экономией за счет сокращения объемов вывоза отходов.

ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ

Университет Сент-Эндрюс (Великобритания) отказался от подносов и уменьшил размер тарелок, чтобы сократить количество пищевых отходов в студенческих столовых.



Сделайте это простым

Измените условия выбора

Стимул: Способствовать выбору устойчивых решений, делая их более доступными.

Подтверждение эффективности: В университетских столовых Великобритании и Швеции посетители чаще выбирали варианты экологически чистого питания, когда эти варианты были указаны в верхней части меню, были более заметны или более доступны по сравнению с другими вариантами.

Почему это работает: На процесс принятия решений на подсознательном уровне влияет доступность и расположение предметов: мы с большей вероятностью выберем то, что более доступно, легкодоступно или стоит первым в списке. Мы также оцениваем выбор относительно других имеющихся вариантов, поэтому большая чашка кофе покажется нам маленькой по сравнению с очень большой, но не по сравнению с маленькой.

ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ

В Университете Далхаузи (Канада) студенты помогли отделу устойчивого развития проанализировать количество и типы мусорных контейнеров и вывесок на территории кампуса. По результатам исследования студенты и сотрудники убрали 4500 индивидуальных мусорных контейнеров, добавили более 3000 контейнеров для вторсырья и компоста, а также разместили более 4000 знаков и наклеек.

Кроме того, университет использовал архитектуру выбора для поощрения экологичного транспорта, установив больше стоек для велосипедов, велосипедных насосов, автобусных полок и инфраструктуры для электромобилей. Советы по успешному внедрению включают в себя консультации и взаимодействие со всеми заинтересованными сторонами, включая пользователей; разработку бизнес-кейсов для определения и обеспечения финансирования; согласование плана технического обслуживания с персоналом и администрацией; создание возможностей для студентов исследовать проблемы кампуса и демонстрировать, как их находки оказывают реальное влияние.



Сделать более заметными варианты устойчивого развития

Как? Разместите продукты, которые более экологичны, в передней части холодильников или прилавков, на уровне глаз и рядом с кассами. Поставьте контейнеры для вторсырья перед контейнерами для мусора.

Кто может быть задействован? Координаторы питания в кампусе, управляющие зданиями кампуса



Предлагать экологичные заменители привычных продуктов питания

Как? Предлагать альтернативные варианты привычных, но более экологичных блюд, например, бургер с котлетой из говядины и грибов вместо стандартного бургера из говядины.

Кто может быть задействован?
Организаторы питания на территории кампуса



Сделать устойчивые возможности более распространенными

Как? Увеличить долю блюд и продуктов на основе растительного сырья в столовых и магазинах. Обеспечить больше парковок для велосипедов по сравнению с парковками для автомобилей. Установить больше контейнеров для вторсырья по отношению к контейнерам для мусора и обеспечить их наличие в местах, где они особенно необходимы, например на кухнях и в столовых.

Кто может быть задействован?

Организаторы питания на территории кампуса, управляющие корпусами кампуса, руководители университета



Предоставить привычный, но более экологичный вариант питания

СДЕЛАЙТЕ ЭТО ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМ

Привлекайте внимание

Стимул: Привлечь внимание к выбору устойчивого развития, используя информацию, персонализированную или актуальную для конкретной целевой аудитории. Выделите экологические мероприятия или инфраструктуру с помощью визуальных подсказок.

Подтверждение эффективности: Участники исследования, которые прочитали информацию о локальных последствиях изменения климата (что сделало ее более лично значимой), отметили более высокую вовлеченность, чем те, кто читал о глобальных последствиях. В результате нанесения на землю зеленых следов, ведущих к урнам (привлекающая внимание подсказка), на улицах вокруг урн в датском городе стало меньше мусора.

Почему это работает: Наше внимание и умственные способности ограничены, поэтому нас привлекают стимулы, которые выделяются, привлекают внимание и имеют отношение к нам. Это касается и наших имен, и ярких и контрастных цветов.

ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ

В Университете Махидол (Таиланд) в рамках проекта "Банк перерабатываемых отходов" были созданы пункты приема вторсырья, имитирующие банковские системы транзакций и снятия денег. Сдавая вторсырье, люди получают выписку из банка с указанием его стоимости и могут получить деньги наличными или сохранить их на своем счете. IT-подразделение университета разработало программное обеспечение для проекта, и теперь "банки" распространились за пределы кампуса и стали использоваться в местных начальных школах. Самым серьезным препятствием на пути реализации проекта было повышение осведомленности о банках, поэтому университет постоянно прилагает усилия для их популяризации среди новых студентов и сотрудников.



Сделать контейнеры для мусора более привлекательными

Как? Использовать дизайнерские решения и подсказки для привлечения внимания людей не к мусорным контейнерам, а к контейнерам для вторсырья, например, покрасить их в заметные цвета или установить маркеры, указывающие на шаги, ведущие к ним.

Кто может быть задействован?

Управляющие зданиями кампуса



Установка интеллектуальных счетчиков с дисплеями обратной связи

Как? В студенческих общежитиях и зданиях университетских факультетов установить интеллектуальные счетчики электроэнергии, газа или воды, которые в режиме реального времени показывают объем потребления и включают информацию о сопутствующих расходах, делая последствия потребления очевидными и лично значимыми.

Кто может быть задействован?

Управляющие зданиями кампуса, администраторы университета



Четко указывайте сроки годности продуктов "use by..."

Как? Для упакованных и продаваемых в кампусе видов продуктов питания, таких как сэндвичи, следует предусмотреть единый тип этикетки, сообщающий потребителям о сроке годности продукта ("использовать до" определенной даты), причем эта информация должна быть выделена и однозначна. Это позволит не путать продукты с другими маркировками (например, "лучше использовать до" и "реализовать до") и не выбрасывать их, когда они еще пригодны для употребления.

Кто может быть задействован?

Организаторы питания на территории кампуса, предприятия пищевой промышленности



Персонализировать сообщения

Как? По возможности адресуйте сообщения и кампании получателям по имени, адаптируйте их к конкретным интересам или обстоятельствам. Например, студенты, проживающие в зданиях кампуса, могут получить иные советы по энергосбережению, чем те, кто живет за пределами кампуса.

Кто может быть задействован?

Координаторы по устойчивому развитию на территории кампуса, студенческие группы по устойчивому развитию

ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ

Университет Тунци (Китай) поощряет студентов правильно сортировать мусор и вторсырье с помощью игровых автоматов для сортировки отходов.



СДЕЛАЙТЕ ЭТО ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМ



Продвигать растительную пищу как желаемую, вкусную и полезную

Формулируйте посыл позитивно и подчеркивайте сопутствующие преимущества

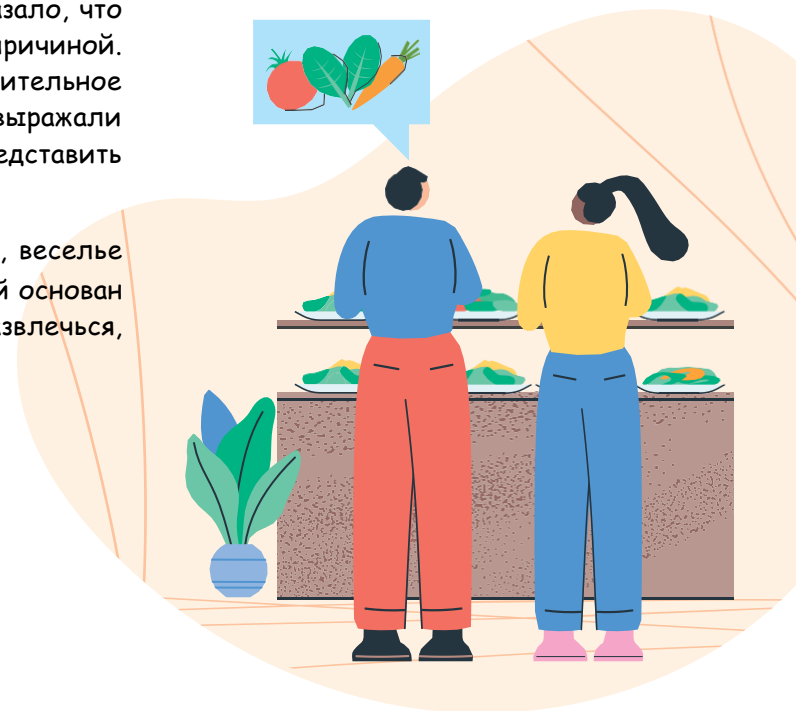
Стимул: Используйте позитивный посыл, который найдет отклик у целевой аудитории и вызовет у нее положительные эмоции. Подчеркните совместные преимущества устойчивого образа жизни, например, то, что он позволяет экономить деньги или укреплять здоровье, а также сохраняет природные ресурсы.

Подтверждение эффективности: Исследование, проведенное среди жителей Великобритании, ведущих низкоуглеродный образ жизни, показало, что забота об "окружающей среде" часто не является для них основной причиной. Участники исследования, которых просили представить положительное ощущение чувства гордости за свою экологическую деятельность, выражали более активные экологические намерения, чем те, кого просили представить чувство вины.

Почему это работает: Посыл, основанный на чувстве гордости, веселье и юморе, воспринимается людьми более убедительно, чем тот, который основан на чувстве вины. Людями также движет желание сэкономить, развлечься, оздоровиться и пообщаться.

Как? Изменить описание растительной пищи в меню и на упаковке таким образом, чтобы оно вызывало ощущение вкуса и наслаждения, например, "острый карри из нута" или "паста со сливочным соусом". Избегайте таких терминов, как "вегетарианский" и "не мясной", которые могут иметь негативный оттенок и подразумевать, что некоторые люди считают растительную пищу лишенной сути или вкуса.

Кто может быть задействован?
Организаторы питания в кампусе





Создание социальных возможностей для совместного использования и повторного применения

Как? Проводите мероприятия, например, ремонтные кафе, и создавайте сети для совместного использования транспорта. Продвигайте их не просто как экологические акции, а как общественные мероприятия и способы экономии средств для студентов с ограниченным бюджетом.

Кто может быть задействован?

Координаторы по устойчивому развитию на территории кампуса, студенческие группы по устойчивому развитию



Использовать позитив и гордость

Как? Проводить кампании с положительным содержанием, избегая тона вины или назидания. Например, использовать групповую идентичность и чувство принадлежности к своему университету, чтобы вызвать чувство гордости за красоту кампуса и природных зон и, в конечном счете, способствовать вовлечению в решение экологических проблем.

Кто может быть задействован?

Координаторы по устойчивому развитию на территории кампуса, студенческие группы по устойчивому развитию, администрация университета



Студенты Университета Ганы.

СДЕЛАЙТЕ ЭТО ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМ

Используйте разумные стимулы

Стимул: Людей можно мотивировать с помощью финансовых вознаграждений и сбережений, включая "геймифицированные" денежные поощрения, такие как лотереи или конкурсы. К устойчивому поведению людей могут побуждать и неденежные стимулы, например, публичное одобрение.

Подтверждение эффективности: Жители США, игравшие в игры, соревнуясь с остальными в экологической безопасности, потребляли меньше энергии в течение нескольких месяцев после окончания игры.

Почему это работает: Эффективным средством мотивации могут быть лотереи, поскольку люди часто ориентируются на крупный приз, даже если их шансы выиграть его невелики. Нефинансовые методы стимулирования могут быть эффективными, поскольку социальное одобрение или признание может быть столь же мотивирующим фактором, как и деньги (см. следующий раздел "Сделайте это социальным"). Кроме того, если существует риск того, что деньги вытеснят внутреннюю мотивацию людей к правильным действиям, неденежные вознаграждения и социальное признание могут быть более эффективными.



Стимулировать людей приносить свою кружку, взяв дополнительную плату за одноразовые стаканы



Взимание платы за отсутствие собственной кружки для кофе

Как? Вместо того чтобы предоставлять скидку за использование многоразовой кружки в кофейнях кампуса, сделать плату за использование одноразовых стаканчиков.

Кто может быть задействован? Организаторы питания на территории кампуса



Предлагать акционные предложения, поощряющие рациональный выбор



Стимулирование рационального потребления пищи

Как? В столовых и магазинах на территории кампуса предлагайте рекламные акции, поощряющие устойчивый выбор. Например, предлагать ежедневные блюда на растительной основе или предлагать бесплатный напиток тем, кто выберет основное блюдо на растительной основе. (Однако во избежание пищевых отходов следует избегать акций, побуждающих людей брать больше еды, чем им нужно, например, предлагать бесплатный гарнир к основному блюду из экологически чистых продуктов).

Кто может быть задействован?

Организаторы питания в кампусе



Публичная демонстрация рейтингов устойчивости

Как? Разместите в витринах кафетерия дисплеи, показывающие, насколько сократилось количество пищевых отходов, или в общественных местах общежитий - дисплеи, показывающие, насколько экономится энергия. Это может быть социальным, нефинансовым стимулом, позволяющим людям почувствовать, что они приобретают статус благодаря групповым усилиям, или стимулирующим чувство соперничества между общежитиями за наибольшую экономию энергии или переработку наибольшего количества отходов.

Кто может быть задействован?

Координаторы по устойчивому развитию на территории кампуса, координаторы по организации питания на территории кампуса, управляющие зданиями на территории кампуса



Внедрение лотерейных схем по возврату депозитов

Как? Большинство программ возврата депозитов взимают с покупателей небольшую плату при покупке пластиковой, стеклянной или алюминиевой тары для напитков, а затем возвращают ее при возврате тары. Вместо этого сделайте возврат тары более привлекательным: пусть депозит обеспечивает участие в лотерее с крупными и привлекательными призами. Общая сумма выплат может быть одинаковой.

Кто может быть задействован?

Руководители университета

ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ

В колумбийском университете Universidad de la Costa студенты и сотрудники получали небольшой подарок, например ручку или брелок, в обмен на сдачу вторсырья определенного веса.

СДЕЛАЙТЕ ЭТО СОЦИАЛЬНЫМ

Привлекайте внимание к устойчивому поведению других

Стимул: Популяризация факта, что многие люди уже придерживаются "зеленого" образа жизни.

Подтверждение эффективности: В США люди, потребляющие много электроэнергии, снизили ее расход после получения сообщений, в которых их сравнивали с более экономичными соседями (а потребители, потребляющие мало, остались на прежнем уровне, когда им дали положительную обратную связь в виде смайлика). Люди были более заинтересованы в сокращении потребления мяса, когда им сообщали, что в последнее время все больше людей стали есть меньше мяса.

Почему это работает: На людей сильно влияет то, что делают другие, поэтому мы с большей вероятностью примем то или иное поведение, если считаем, что так поступает большинство людей или все большее число людей склоняется к этому.



Обмен информацией о благоприятных трендах

Как? Если желаемый устойчивый образ жизни демонстрирует растущее меньшинство, пропагандируйте этот факт. Например, подчеркните, что все больше людей употребляют растительную пищу или используют многоразовые стаканы.

Кто может быть задействован?

Организаторы питания на кампусе, координаторы по устойчивому развитию на кампусе, студенческие группы по устойчивому развитию



Обеспечить социальные сопоставления потребления энергии и воды

Как? Разослать отдельным пользователям сообщения о том, что они потребляют больше энергии или воды, чем другие, или опубликовать список пользователей, ранжирующий их по уровню потребления. Этот подход, как правило, более эффективен при сравнении отдельных людей, а не групп.

Кто может быть задействован?
Администраторы зданий кампуса



Публиковать рейтинги университетов, учитывающие показатели устойчивости

Как? Обеспечить вовлеченность сотрудников университетов, рассказав о том, как инициативы по устойчивому развитию кампуса учитываются во многих рейтинговых таблицах и рейтингах университетов, что делает устойчивое развитие символом статуса и задействует конкурентные интересы.

Кто может быть задействован?
Руководители университета



ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ

Сотрудники Университета Бата (Великобритания) вели учет продолжительности принятия душа в общежитиях кампуса и использовали полученную информацию в сообщениях о социальных нормах. Было обнаружено, что студенты, которым говорили, что они принимают душ дольше среднего, сокращали время принятия душа. В то же время те, кому говорили, что они принимают душ меньше среднего, увеличивали время принятия душа.

ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ

В Калифорнийском университете в Дэвисе (США) действует программа сертификации "зеленых" рабочих мест, призванная обеспечить общественное признание экологических офисов и лабораторий на территории университета.

ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ

Университет Каратина (Кения), недавно получивший статус "зеленого университета", организовал неделю конкурсов "Зеленые инновации", в рамках которой команды студентов представляют проекты, направленные на решение экологических проблем с помощью социальных и технологических инноваций, с вручением призов командам-победителям.

СДЕЛАЙТЕ ЭТО СОЦИАЛЬНЫМ

Используйте идентичность и правильных посредников

Стимул: Используйте в заявлениях информацию о позитивной социальной идентичности или о том, что в социальную группу получателя входят люди, демонстрирующие желаемое поведение. Отправляйте запросы и инициативы от людей, которых получатель, скорее всего, уважает или с которыми идентифицирует себя.

Подтверждение эффективности: В рамках кампании по сокращению нелегальной торговли дикими животными среди людей во Вьетнаме подчеркивается стремление к идентичности внутренней силы характера ("чи"), которая противопоставляется получению силы от использования рога носорога.

В Великобритании студенты из неблагополучных семей с большей вероятностью будут подавать документы в университет, если они получают письмо с поддержкой от бывшего студента со схожими условиями.

Почему это работает: Люди придают большое значение чувству собственной идентичности и социальным группам, к которым они принадлежат или хотят принадлежать. Социальное влияние особенно сильно, когда оно исходит от "таких же, как мы", или людей, которые нам нравятся, вызывают доверие или являются авторитетными.



Студенческие активисты Университета технологий Кипра.



Расширить круг сообщений, чтобы они были адресованы широкой аудитории

Как? При популяризации позитивных моделей поведения следует избегать терминов, связанных с ограниченной идентичностью, которые могут заставить людей чувствовать себя отверженными. Например, избегайте таких слов, как "вегетарианец" или "веган", при описании блюд в меню (вместо них попробуйте использовать "выращенный в полевых условиях"), и не рассматривайте езду на велосипеде как занятие "велосипедистов", поскольку это может оттолкнуть некоторые группы населения, в том числе и женщин.

Кто может быть задействован? Руководители университета, координаторы по устойчивому развитию кампуса, студенческие группы по устойчивому развитию, организаторы питания на территории кампуса



Выбирайте людей, которые будут восприняты положительно

Как? При проведении рекламных кампаний следует убедиться в том, что отправителем является человек, с которым получатель идентифицирует себя или к которому он, скорее всего, будет испытывать положительные чувства. Для студенческой аудитории подходящими отправителями могут быть сокурсники или бывшие студенты, особенно если они хорошо знакомы. Убедиться в том, что характеристики отправителей отражают целевую аудиторию (например, с точки зрения пола, этнической принадлежности и возраста), очень важно для привлечения внимания различных слоев населения.

Кто может быть задействован? Координаторы по устойчивому развитию на кампусе, студенческие группы по устойчивому развитию



Выделение желаемых идентичностей

Как? Сформулируйте кампании в терминах идентичности, к которой стремятся люди, или групп, к которым они принадлежат. Например, кампания "Не связывайтесь с Техасом!", проводимая на территории США, позволила сократить количество мусора благодаря использованию групповой идентичности, которой гордятся жители Техаса.

Кто может быть задействован? Координаторы по устойчивому развитию на кампусе, студенческие группы по устойчивому развитию

СДЕЛАЙТЕ ЭТО СОЦИАЛЬНЫМ

Используйте социальные связи и давление со стороны сверстников

Стимул: Побуждать людей публично брать на себя обязательства по обеспечению устойчивости и обращаться к другим людям в своих социальных сетях. Поощряйте совместные действия групп, таких как спортивные команды, факультеты университетов и общежития. Выделяйте возможности для взаимопомощи.

Подтверждение эффективности: В Великобритании благодаря призыву помогать другим людям число людей, записавшихся в качестве доноров органов, увеличилось на 35% по сравнению с аналогичным показателем для контрольной группы.

Почему это работает: Чувство ответственности за то, чтобы сделать что-то для другого, может быть сильным мотиватором. Это может быть связано с обязательствами, взятыми перед другим человеком или публично (люди хотят избежать социальных трений, связанных с невыполнением обязательств), влиянием со стороны сверстников и других членов наших социальных связей, а также со взаимностью (люди чувствуют себя обязанными сделать что-то в ответ тому, кто сделал что-то для них).



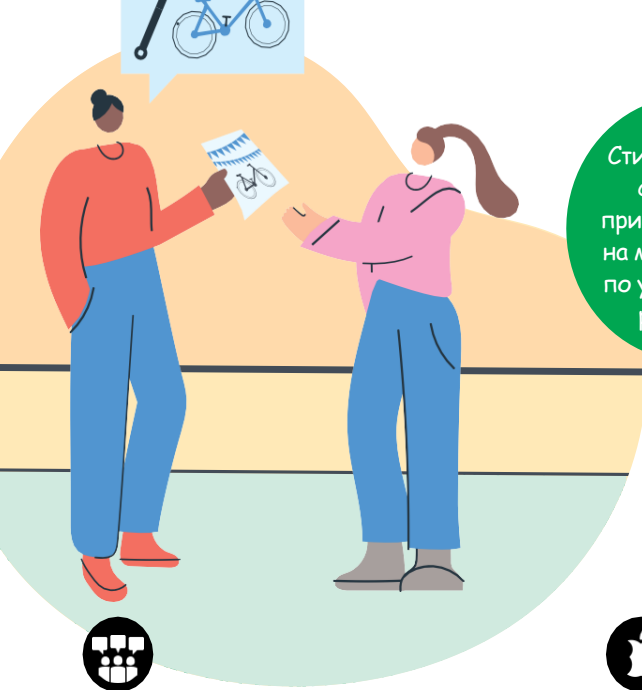
Создание возможностей для публичного заявления своих обязательств

Как? Побудить сотрудников и студентов взять на себя обязательства по достижению целей устойчивого развития в присутствии своих коллег. Подходящими моментами могут быть приход в университет новых сотрудников, заселение студентов в общежития или вступление в клуб.

Кто может быть задействован? Координаторы по устойчивому развитию на кампусе, студенческие группы по устойчивому развитию



Студенты-активисты Национального университета Педро Энрикеса Уренья в Доминиканской Республике.



Стимулировать студентов приводить друга на мероприятия по устойчивому развитию



Предоставление поощрений, стимулирующих привлечение сверстников к сотрудничеству

Как? Проводя мероприятия по устойчивому развитию в кампусе, обеспечьте поддержку и вовлеченность, предоставив участникам небольшую льготу, если они приведут с собой друга.

Кто может быть задействован?

Координаторы по устойчивому развитию на территории кампуса, студенческие группы по устойчивому развитию



Распределение и совместное использование остатков

Как? Сократить количество пищевых отходов, используя социальные сети и желание помочь другим. Создайте в кампусе группу по обмену продуктами питания или попросите подписаться на существующее приложение для обмена продуктами питания. Призывать столовые и продовольственные магазины на территории кампуса отдавать остатки пищи или продавать их по дешевке, либо использовать существующее приложение, позволяющее это делать.

Кто может быть задействован? Координаторы по устойчивому развитию на территории кампуса, студенческие группы по устойчивому развитию, организаторы питания на территории кампуса

ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ

Пять студентов Университета Аалто (Финляндия) создали группу по обмену продуктами питания, которая позволяет раздавать остатки еды на территории кампуса, например, после встреч и вечеринок, бесплатно. В рамках программы Aalto Ventures Program они получили наставничество в ходе своего основного курса "Опыт создания стартапа" и начали свою инициативу со сбора и анализа кухонных отходов в кампусе, чтобы получить представление о том, какие продукты выбрасываются. Группа по обмену продуктами питания была создана без какого-либо финансирования, а весь рекламный ход осуществлялся из уст в уста. По мнению основателей, самым сложным было убедить первых участников присоединиться к группе, но сейчас в ней состоит более 1000 человек. На сегодняшний день группа предотвратила выброс более 7000 кг продуктов питания. Советы по успешной работе группы заключаются в том, чтобы обращаться в супермаркеты, рестораны и студенческие объединения на территории кампуса просить их делиться остатками пищи, а также регулярно узнавать мнение пользователей.

СДЕЛАЙТЕ ЭТО СВОЕВРЕМЕННЫМ

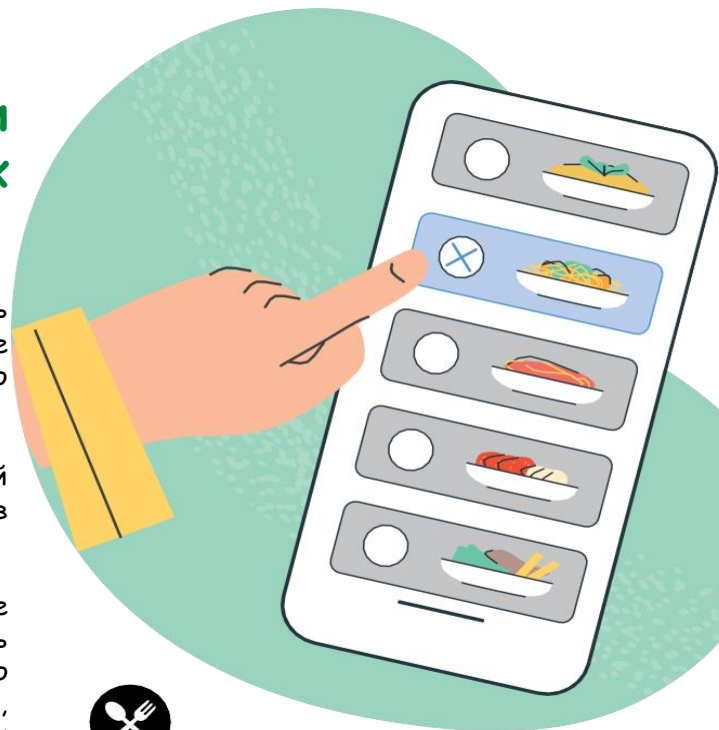
Поощряйте заранее принятые решения и акцентируйте внимание на существующих возможностях

Стимул: Попросите людей заранее взять на себя обязательство совершить какое-либо действие, связанное с устойчивым поведением, и вначале произвести небольшие изменения. Подчеркните преимущества устойчивого поведения, которые можно ощутить в краткосрочной перспективе.

Подтверждение эффективности: Постояльцы гостиниц с большей вероятностью будут использовать полотенца повторно, если при заселении в номер им будет дано указание делать это повторно.

Потребители с большей заинтересованностью покупали энергоэффективные стирально-сушильные машины, если в момент покупки им предоставлялась информация о пожизненных эксплуатационных издержках, поскольку это делало будущую экономию более ощутимой в краткосрочной перспективе, компенсируя более высокую стоимость немедленной покупки эффективных приборов.

Почему это работает: Сложности жизни и ограниченность нашей силы воли часто мешают осуществлению наших благих намерений. Поэтому мы с большей вероятностью будем действовать в соответствии с этими намерениями, если заранее возьмем на себя определенные обязательства, например, подпишемся на участие в марафоне. Мы сильнее переживаем за последствия, которые наступают сразу же, поэтому мы с большей вероятностью выполним свои обязательства, если преимущества будут подчеркнуты в текущий момент, а затраты отодвинуты на будущее.



Поощрение предварительного заказа блюд

Как? В общезитовых с комплексным питанием и на университетских мероприятиях предлагайте посетителям выбирать еду заранее, когда немедленное удовлетворение не является проблемой, и люди, как правило, предпочитают долгосрочные намерения быть здоровее и более экологичными. Это можно сочетать с другими мерами по поощрению потребления растительных продуктов.

Кто может быть задействован? Организаторы питания в кампусе, кейтеринговые компании



Попросите людей предварительно взять на себя обязательства по постепенному осуществлению изменений

Как? Вместо того, чтобы побуждать людей к радикальным изменениям в их поведении, предлагайте им обязать внести постепенные небольшие изменения. Например, они могут начать с того, чтобы в этом семестре ездить на велосипеде в университет один раз в неделю, а затем увеличивать это количество до двух раз в неделю в следующем семестре, и так далее.

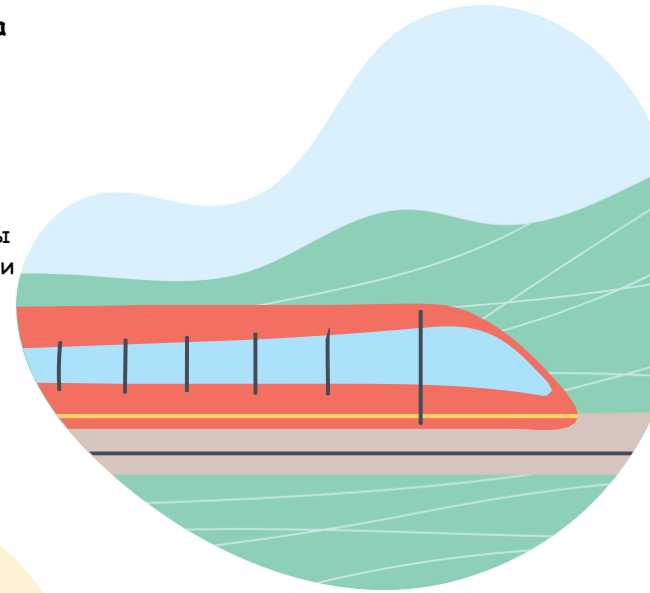
Кто может быть задействован? Координаторы по устойчивому развитию на территории кампуса, студенческие группы по устойчивому развитию



Предлагать беспроцентные кредиты на приобретение проездных билетов на общественный транспорт

Как? Увеличьте немедленную финансовую выгоду использования общественного транспорта, предоставив студентам и сотрудникам интересо-беспроцентные займы для приобретения сезонных абонементов или билетов. После приобретения сезонного абонемента люди будут более склонны использовать общественный транспорт.

Кто может быть задействован? Руководство университета



СДЕЛАЙТЕ ЭТО СВОЕВРЕМЕННЫМ

Используйте или создавайте своевременные моменты

Стимул: Выполнять коммуникационные кампании и организовывать мероприятия в моменты, когда люди формируют новый распорядок дня, например, в начале семестра. Создавать специальные события для коллективных действий, такие как "Неделя поездок на велосипеде в университет".

Подтверждение эффективности: Люди в четыре раза чаще подписывались на новую систему совместного пользования велосипедами, если они недавно переехали в новый район (в связи с формированием нового распорядка жизни), по сравнению с теми, кто просто установил док-станцию для велосипедов рядом со своим домом.

Почему это работает: Люди - создания привычек, и бывает трудно изменить свое поведение, если оно уже стало привычным, но можно использовать моменты перелома, чтобы помочь людям завести новые привычки. Например, поощрять перемены, когда кто-то переезжает, или предлагать людям попробовать что-то новое в течение специально отведенного дня, недели или месяца.



Помочь новичкам сформировать устойчивые привычки

Как? Предоставьте советы по устойчивому выбору продуктов питания для первокурсников, которые, возможно, впервые делают покупки и готовят еду для себя. Дайте новым сотрудникам и студентам советы по устойчивому перемещению по университету, такие как информация о транспорте и карты хороших велосипедных маршрутов.

Кто может быть задействован? Координаторы по устойчивому развитию на территории кампуса, студенческие группы по устойчивому развитию, отдел кадров



Сокращение количества отходов в конце семестра

Как? Предоставить места или провести мероприятия, где студенты могут пожертвовать или продать учебники по окончании занятий или отдать домашние вещи при переезде из квартиры. Университет или студенческие клубы могут продать эти вещи в следующем семестре.

Кто может быть задействован? Координаторы по устойчивому развитию на территории кампуса, студенческие группы по устойчивому развитию, менеджеры магазинов на территории кампуса



Проведение акций в рамках всего кампуса

Как? Организуйте время для коллективных действий, например, день перехода на энерготарифы для студентов, проживающих в собственном жилье. Внедряйте краткосрочные изменения в масштабах всего кампуса, например, предлагать людям ездить на велосипеде в кампус один день в месяц или призывать их питаться растительной пищей в течение одной недели, чтобы заручиться поддержкой более масштабных изменений.

Кто может быть задействован? Координаторы по устойчивому развитию на территории кампуса, студенческие группы по устойчивому развитию, координаторы по организации питания на территории кампуса

ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ

Университет Технической школы Терейры (Колумбия) четыре раза в год проводит дни массового сбора отходов, в которых также участвуют представители местного сообщества, привлекая внимание к проблеме сокращения отходов.

ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ

В канадском университете Британской Колумбии проводится акция "Сезонное отключение", призывающая сотрудников департаментов университета выключать электронику на время зимних каникул. При этом дополнительно выдается контрольный список (см. раздел "Предоставление контрольных списков" на следующей странице).

СДЕЛАЙТЕ ЭТО СВОЕВРЕМЕННЫМ

Помогайте людям в планировании и выполнении поставленных задач

Стимул: Дайте людям простые советы о конкретных небольших изменениях в их поведении и попросите их спланировать шаги, которые они будут предпринимать на этом пути.

Подтверждение эффективности: Когда сотрудники планировали свои действия по переработке отходов, компания производила меньше отходов, отправляемых на свалку.

Почему это работает: Мы с большей вероятностью будем действовать в соответствии с нашими намерениями, если у нас есть конкретный план с конкретными действиями и шагами по преодолению потенциальных препятствий. Простые рекомендации и практические правила также могут удержать нас на верном пути, как и подсказки или напоминания в ключевые моменты и обратная связь о положительных результатах нашего поведения.



Предоставить инструкции

Как? В студенческих общежитиях разработать пошаговые инструкции, которые помогут жильцам принимать более рациональные решения: например, как использовать остатки пищи и избежать пищевых отходов, как получить подержанные или общие вещи в кампусе, как снизить энергопотребление дома.

Кто может быть задействован? Координаторы по устойчивому развитию на территории кампуса, студенческие группы по устойчивому развитию, управляющие зданиями на территории кампуса



Поддержка людей пока они в ней нуждаются

Как? Проведение мероприятий, на которых люди могут отремонтировать свои велосипеды для использования в следующем семестре, что помогает им планировать и быть готовыми к езде на велосипеде в будущем.

Кто может быть задействован? Координаторы по устойчивому развитию на территории кампуса, студенческие группы по устойчивому развитию, технический персонал

Проводить мероприятия, на которых люди могут отремонтировать свои велосипеды для использования в течение следующего семестра



Помочь людям в их стремлении экономить электроэнергию

Как? В рамках кампании по энергосбережению, призывающей людей выключать мониторы компьютеров и отсоединять зарядные устройства от розетки, помогите им довести начатое до конца, разместив на компьютерах и планках питания напоминания о том, во что обходится нерациональное использование электроэнергии.

Кто может быть задействован? Управляющие зданиями кампуса

ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ

В Университете Копенгагена (Дания) для снижения тепловых потерь от открытых окон повесили на них поворотные карточки, красная сторона которых напоминает о необходимости закрыть окна, а зеленая - показывает, когда окна закрыты.



ПЯТЬ ШАГОВ ДЛЯ УСПЕШНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ «ЗЕЛЕННЫХ СТИМУЛОВ»

Многие из приведенных в этой книге приемов можно взять прямо с этой страницы и применить в своем университете. Но если вы хотите увеличить свои шансы на успех, адаптировав эти методы к конкретным проблемам вашего университета, следуйте этому пятиэтапному процессу.

1 выберите поведение целевой аудитории

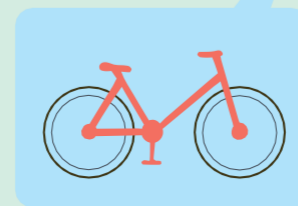
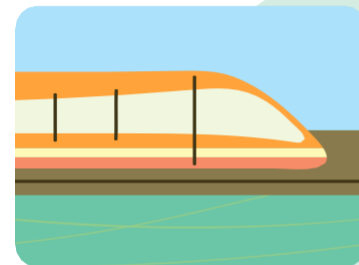
Будьте конкретными:

Поддержка (поощрения) более эффективна, когда она направлена на конкретное поведение и конкретную аудиторию. Вместо "Способствовать более устойчивому выбору продуктов питания среди студентов", лучшей целью могло бы быть "Снизить потребление красного мяса студентами в столовых кампуса". Помните, что нужно ориентироваться на действие, а не на мнение или осведомленность."

Ищите быстрые результаты:

Некоторые модели поведения трудно изменить, поскольку они в основном обусловлены стоимостью или структурными барьерами, например, решение об утеплении зданий кампуса для экономии энергии. Эти факторы важно учитывать, но эффективность "стимулирования" часто заключается в достижении эффекта там, где поведение более податливо, например, при выключении света, переработке отходов или выборе других продуктов питания.

Ориентируйтесь на воздействие: Некоторые модели поведения оказывают большее влияние на окружающую среду, чем другие. Например, предотвращение нерационального потребления (например, сокращение использования одноразового пластика), как правило, лучше, чем попытки смягчить его последствия (например, поощрение переработки отходов). Постарайтесь сосредоточиться на изменении поведения, которое принесет наибольшую пользу.



2

ПОНЯТЬ СВОЙ КОНТЕКСТ



Рассмотрим факторы, влияющие на поведение человека:

Полезно рассмотреть три уровня:

- **Индивидуальный уровень:** Какими сознательными мотивами, установками и знаниями обладают люди? И как влияют на них неосознанные предубеждения, привычки и эмоции?
- **Социальный уровень:** Как наше поведение формируется под влиянием культурных норм, идентичности, отношений и взаимодействия с другими людьми?
- **Материальный уровень:** Каков более широкий контекст данного поведения? Какие ограничения или стимулы устанавливаются экономическими факторами, инфраструктурой, технологией и наличием альтернативных вариантов?

Определить барьеры, препятствующие изменению поведения:

Подумайте, какие из индивидуальных, социальных и материальных факторов могут затруднить переход к целевому поведению. Например, если покупка экологически чистой продукции считается "женской", то культурные нормы (социальное влияние) могут стать препятствием для поощрения экологически ответственного потребления.

Определить движущие силы изменения поведения:

Подумайте, какие из индивидуальных, социальных и материальных факторов могут способствовать поведению, которое вы хотите стимулировать. Например, если студенты ограничены в средствах, то потребность в экономии денег (материальное влияние) может быть использована для сокращения пищевых отходов.

Поиск точек соприкосновения для вмешательства:

Учитывая эти барьеры и движущие силы, определите, где и когда вы можете вмешаться, чтобы изменить поведение на территории кампуса?

- Какие моменты принятия решений характерны для вашей целевой аудитории? Для проблемы с продовольственными отходами это могут быть моменты покупки еды в столовой или решение, что выбросить из холодильника в студенческой кухне.
- Какие точки влияния вы имеете на свою целевую аудиторию? Например, вы имеете больше влияния на то, что студенты покупают в столовой кампуса, чем в супермаркете.
- Какие каналы связи или контакты вы имеете с целевой аудиторией? Это могут быть плакаты на территории кампуса или регулярное письмо сотрудникам в конце учебного года, а также изменение условий выбора, в которых студент покупает продукты.

Переоценка и окончательный выбор цели:

Ответив на эти вопросы, считаете ли вы, что выбрали наилучший вариант целевого поведения, который дает вам возможность добиться максимального воздействия и реалистичности? Если нет, рассмотрите другие цели и повторите шаги 1 и 2.

3

РАЗРАБОТАЙТЕ СВОЙ СТИМУЛ

Имея конкретное целевое поведение и понимание контекста, выберите из структуры "EAST" тот тип стимулирования, который, скорее всего, позволит устранить выявленные вами барьеры и использовать потенциальные движущие силы.

Подумайте, что будет наиболее эффективным:

Например, вы, скорее всего, сэкономите больше бумаги, если настроите принтеры на двустороннюю печать по умолчанию, чем если будете напоминать людям о необходимости двусторонней печати.

Выбирайте такой стимул, который можно реально воплотить в жизнь:

Например, может быть трудно изменить дорожную инфраструктуру в студенческом городке, но легче нарисовать цветные велосипедные дорожки на дороге, чтобы сделать ее более привлекательной для людей на велосипедах.



Привлечение нужных людей: Выясните, кто в студенческом городке отвечает за все процессы и системы, которые будут изменены с помощью вашей инициативы. Обязательно привлечите их к этому процессу, чтобы преодолеть препятствия, возникающие в организации. (Например, координатор по организации питания в кампусе может стать важным союзником). Договоритесь, кто будет отвечать за каждый компонент внедрения вашей инициативы, и поручите каждому человеку конкретные задачи с четкими сроками их выполнения.

Обеспечить поддержку в студенческом городке: Обратитесь к ключевым группам или отдельным лицам, таким как студенческий союз или координатор по устойчивому развитию кампуса, и сообщите им о своих планах и причинах, а также попросите их дать обратную связь.

Они могут способствовать тому, что Ваша инициатива получит признание и окажет большее влияние. Обязательно привлекайте к работе людей из разных групп, включая представителей разных полов и слоев общества.

Определите людей, на которых может быть оказано негативное влияние:

Например, если ваша инициатива направлена на снижение популярности езды на автомобиле, каким образом она может повлиять на тех, кто не может ходить пешком или ездить на велосипеде, или на тех, кто подвергается большому риску при использовании общественного транспорта? Какие меры можно принять для их поддержки?



ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ: ПРЕОДОЛЕНИЕ ПРЕПЯТСТВИЙ

В Калифорнийском университете (Беркли, США) студенты, входящие в группу сторонников устойчивого развития общепита, пришли к выводу, что основной проблемой, с которой они сталкиваются, является поиск времени для согласования изменений с соответствующими сотрудниками кампуса, например, перестановки мусорных контейнеров, установки новых табличек или использования других продуктов. Они советуют в первую очередь наладить отношения с другими сотрудниками кампуса, в том числе с управляющими, заведующими столовыми, поварами, сторожами и администрацией кампуса. Так же они обнаружили, что, чем больше они рассказывают о своих целях, тем больше вероятность привлечения других сотрудников кампуса к инициативам.

4

проверьте эффективность вашего стимула

Прежде чем приступить к широкомасштабному внедрению, проведите эксперимент:

Легко предположить, что так называемый "стимул" будет эффективным, но даже если у вас есть веские основания так считать, на практике это может оказаться не так. Протестируйте свое воздействие в небольших масштабах, чтобы понять, насколько эффективно оно работает.

Оценка результатов: Как можно оценить целевое поведение?

Метод прямого наблюдения, например, регистрация продаж блюд из растительного сырья в кафетерии студенческого кампуса, как правило, является более надежным, чем косвенные данные, например, опрос людей о том, что они бы ели на обед.

Сравните результаты: Как вы поймете, что изменение целевого поведения произошло благодаря вашему стимулу?

Вам необходимо сравнить результаты людей, которые испытали на себе воздействие "стимулирующего фактора", и тех, кто его не испытал. Например, некоторые общезнания могут быть случайным образом распределены для рассылки сообщений о снижении энергопотребления, в то время как другие не получают никаких сообщений.

Следите за последствиями: Могут ли возникнуть непредвиденные обстоятельства, положительные или отрицательные?



ПРИМЕР ИЗ ПРАКТИКИ: ИСПЫТАНИЕ ВАШЕГО СТИМУЛА

Йельский университет, США, внедрил инициативу по увеличению переработки и сокращению отходов в зданиях кампусов и опробовал ее, распределив здания на различные тестовые группы.

Здания первой группы получали ежемесячный отчет с указанием денежных затрат, связанных с количеством образующихся отходов, здания второй группы получали отчет и советы по сокращению отходов,

а здания третьей группы (включая только студенческие жилые колледжи) приняли участие в конкурсе по переработке отходов.

За четыре месяца наблюдалось снижение образования отходов во всех трех группах и рост переработки во второй и третьей группах.

HEC Paris сделал урны для сигарет более привлекательными, добавив баскетбольное кольцо в одну корзину и «урну для голосования» в другую, где студенты могли выразить свою поддержку прикольному делу, бросив в нее окурки.

Они протестировали эту инициативу, измерив количество окурков, брошенных на землю до и после применения стимула, а также сравнили участки с привлекательными мусорными баками с контрольными участками со стандартными мусорными баками.

Они обнаружили, что количество выброшенных сигарет уменьшилось более чем на треть в зонах внедренных стимулов.



С одной стороны, наше отношение часто меняется в соответствии с нашим поведением, поэтому подталкивание к изменению поведения может способствовать укреплению позиции в отношении вовлеченности. С другой стороны, если мы заменим старое поведение новым, это может привести к нежелательным последствиям (см. примеры из практики).

Рассмотрите все население: Могут ли ваши меры воздействия по-разному повлиять на некоторые группы населения?

Обязательно проверьте результаты для представителей разных полов, культур и других групп.

ПРИМЕРЫ ИЗ ПРАКТИКИ: НЕПРЕДНАМЕРЕННЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ

Когда Гонконгский университет прекратил использование некоторых пластиковых изделий на территории кампуса, это привело к сокращению их потребления, а также к частичному переходу на другие одноразовые изделия, например, бумажные контейнеры. Для решения этой проблемы университет поощряет сотрудников и студентов к использованию собственных контейнеров, включая скидки для тех, кто использует собственные контейнеры в пунктах питания на территории университета, а также проведение "недели ВУО" совместно со всеми другими университетами Гонконга.

Технический университет Дании ввел в столовых студенческого кампуса дни без мяса. Но затем выяснилось, что больше людей едят в уличных ларьках на территории университета, где продается мясо, что привело к увеличению использования одноразовой упаковки и столовых приборов. В ответ на это в столовых была изменена система стимулирования, в результате чего в меню стало присутствовать меньше мяса, а не его отсутствие. Продажи в столовой вернулись к прежнему уровню, так что эта корректировка, по-видимому, вернула покупателей.



Студенты Гонконгского университета наполняют свои многоразовые контейнеры.

5

анализ и перепроектирование

Развивайте достигнутые успехи: Был ли ваш "стимул" эффективным? Если да, не останавливайтесь на достигнутом!

- **Совершенствуйте свою методику, внося в нее небольшие изменения, основанные на том, что лучше всего сработало в ходе испытаний.** Например, если речь идет о стимуле, связанном с передачей информации, еще раз проанализируйте те призывы, которые, по вашему мнению, оказали наибольшее воздействие, и подумайте, как сделать их еще лучше или повысить их эффективность для различных гендерных и культурных групп. Затем снова протестируйте свой стимул.
- **Более широко распространите свою инициативу по территории студенческого городка.** Какие ресурсы и дополнительная поддержка могут вам понадобиться?

Или проведите повторную оценку:

Возможно, ваш стимул сработал не так, как вы предполагали. Такое часто случается при первом испытании. Внедрение эффективного стимула - это непрерывный процесс, который может занять не один цикл разработки и тестирования. Что нового вы узнали в ходе испытаний, что вы можете применить в дальнейшем?

- **Сталкивались ли вы с какими-либо логистическими проблемами, которые ограничивали вашу инициативу?** Например, возможно, вы не смогли провести столько "ремонтных кафе", сколько планировали.
- **Люди не обратили внимания на ваш призыв?** Например, возможно, вы проводили много мероприятий по организации ремонтных кафе, но их посещаемость была низкой. Если это так, можете ли вы получить обратную связь от целевой аудитории, которая могла бы подсказать вам причину?



Контрольный список для успешной работы по программе стимулирования

1. Выберите целевое направление поведения

- Какое именно целевое поведение вы хотите изменить?
например, сокращение потребления красного мяса в студенческом городке
- Кто является вашей конкретной целевой аудиторией?
например, студенты первого курса

2. Понять свой контекст

- Какие отдельные факторы могут быть препятствием или движущей силой?
Например, студентам не хватает кулинарных навыков и опыта планирования закупок продуктов
- Какое социальное влияние на поведение может быть препятствием или движущей силой?
Например, социальные нормы употребления мяса
- Какие материальные факторы, влияющие на поведение, могут быть препятствием или движущей силой?
Например, договор с кейтеринговой компанией
- Каковы точки соприкосновения, в которые можно вмешаться, чтобы изменить поведение?
Например, кафе терии в студенческих городках

3. Разработать свой метод стимулирования

- В чем заключается ваш "стимул"?
Например, изменить описание блюд в меню
- Какие ресурсы вам понадобятся?
Например, время и творческий подход к разработке новых описаний меню (отсутствие затрат на печать меню по сравнению с обычным порядком)
- Чья поддержка необходима вам для реализации "стимулирования"?
Например, управляющий организацией питания на территории кампуса

4. Проверить эффективность вашего стимула

- Какой конечный результат поведенческих реакций вы будете оценивать?
Например, количество мясных блюд, проданных за день в столовой на протяжении всего семестра
- С помощью какого метода сравнения вы узнаете, сработал ли ваш "стимул"?
Например, учет продаж мясных блюд за период до начала стимулирования или же учет в других столовых без воздействия стимулирующего фактора

5. Анализ и перепроектирование

- Как вы могли бы улучшить свой "стимул"?
Например, в следующий раз переделать меню так, чтобы в нем больше внимания уделялось блюдам из растительного сырья



ИСТОЧНИКИ

1. National Union of Students (2019). Sustainability Skills Survey 2018-19. Available at https://nusdigital.s3-eu-west-1.amazonaws.com/document/documents/50229/7c736d65da810a6c9e39df10c9a0e455/20191004_NUS_Sustainability_Skills_2018-19_FINAL.pdf
2. Princeton Review (2020). 2020 College Hopes & Worries Survey Report. Available at <https://www.princetonreview.com/college-rankings/college-hopes-worries>
3. Institute for Global Environmental Strategies, Aalto University and D-mat Ltd. (2019). 1.5-Degree Lifestyles: Targets and Options for Reducing Lifestyle Carbon Footprints. Hayama, Japan: Institute for Global Environmental Strategies. Available at <https://www.iges.or.jp/en/pub/15-degrees-lifestyles-2019/en>
4. BMMG, GlobeScan and Sustainability (2012). Re:Thinking Consumption: Consumers and the Future of Sustainability. Available at http://theregenerationroadmap.com/files/reports/TR_R_ReThinking_Consumption.pdf
5. University of Cambridge website. The Cambridge Green Challenge: Environment and Energy. Accessed on 13 July 2020 at <https://www.environment.admin.cam.ac.uk/facts-figures>
6. The Behavioural Insights Team (2014). EAST: Four Simple Ways to Apply Behavioural Insights. London. Available at <https://www.bi.team/publications/east-four-simple-ways-to-apply-behavioural-insights/>
7. Ebeling, Felix, and Sebastian Lotz (2015). Domestic Uptake of Green Energy Promoted by Opt-out Tariffs. *Nature Climate Change*, vol. 5 (September), pp. 868-871. Available at <https://doi.org/10.1038/nclimate2681>
8. Egebark, Johan, and Mathias Ekstroöm (2016). Can Indifference Make the World Greener? *Journal of Environmental Economics and Management*, vol. 76 (March), pp. 1-13. Available at <https://doi.org/10.1016/j.jeem.2015.11.004>
9. Duffy, Sean, and Michelle Verges (2008). It Matters a Hole Lot: Perceptual Affordances of Waste Containers Influence Recycling Compliance. *Environment and Behavior*, vol. 41, No. 5, pp. 741-749. Available at <https://doi.org/10.1177/0013916508323737>
10. Thiagarajah, Krisha, and Victoria M. Getty (2013). Impact on Plate Waste of Switching from a Tray to a Trayless Delivery System in a University Dining Hall and Employee Response to the Switch. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, vol. 113, No. 1, pp. 141-145. Available at <https://doi.org/10.1016/j.jand.2012.07.004>
11. Kurz, Verena (2018). Nudging to Reduce Meat Consumption: Immediate and Persistent Effects of an Intervention at a University Restaurant. *Journal of Environmental Economics and Management*, vol. 90 (July), pp. 317-341. Available at <https://doi.org/10.1016/j.jeem.2018.06.005>
12. Garnett, Emma E., and others (2019). Impact of Increasing Vegetarian Availability on Meal Selection and Sales in Cafeterias. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, vol. 116, No. 42, pp. 20923-20929. Available at <https://doi.org/10.1073/pnas.1907207116>
13. Scannell, Leila, and Robert Gifford (2011). Personally Relevant Climate Change: The Role of Place Attachment and Local Versus Global Message Framing in Engagement. *Environment and Behavior*, vol. 45, pp. 60-85. Available at <https://doi.org/10.1177/0013916511421196>
14. iNudgeyou website. Green Nudge: Nudging Litter into the Bin. Accessed on 13 July 2020 at <https://nudgeyou.com/en/green-nudge-nudging-litter-into-the-bin/>
15. Howell, Rachel A. (2013). It's Not (Just) "the Environment, Stupid!" Values, Motivations, and Routes to Engagement of People Adopting Lower-Carbon Lifestyles. *Global Environmental Change*, vol. 23, pp. 281-290. Available at <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2012.10.015>
16. Schneider, Claudia R., and others (2017). The Influence of Anticipated Pride and Guilt on Pro-Environmental Decision Making. *PLoS ONE*, vol. 12, No. 11. Available at <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0188781>
17. Turnwald, Bradley P., Danielle Z. Boles and Alia J. Crum (2017). Association Between Indulgent Descriptions and Vegetable Consumption: Twisted Carrots and Dynamite Beets. *JAMA Internal Medicine*, vol. 177, No. 8, pp. 1216-1218. Available at <https://doi.org/10.1001/jamainternmed.2017.1637>
18. Ro, Michael, and others (2017). Making Cool Choices for Sustainability: Testing the Effectiveness of a Game-Based Approach to Promoting Pro-Environmental Behaviors. *Journal of Environmental Psychology*, vol. 53, pp. 20-30. Available at <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2017.06.007>
19. Rabison, Rebecca (2019). The Truths About Opower Smiley Faces. Oracle Utilities Blog. Accessed on 13 July 2020 at <https://blogs.oracle.com/utilities/the-truths-about-opower-smiley-faces>
20. Sparkman, Gregg, and Gregory M. Walton (2017). Dynamic Norms Promote Sustainable Behavior, Even if It Is Counternormative. *Psychological Science*, vol. 28, No. 11, pp. 1663-1674. Available at <https://doi.org/10.1177/0956797617119950>
21. Loschelder, David D., and others (2019). Dynamic Norms Drive Sustainable Consumption: Norm-Based Nudging Helps Café Customers to Avoid Disposable-to-Go-Cups. *Journal of Economic Psychology*, vol. 75,

- (A), No. 102146. Available at <https://doi.org/10.1016/j.joep.2019.02.002>
22. Willemsen, Madelon, and Trinh Nguyen (2017). Chi Briefing Paper: Providing Insights of the Impact of a Behaviour Change Campaign to Reduce the Demand for Rhino Horn in Viet Nam. Available at <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.18724.37761>
23. The Behavioural Insights Team (2017). Encouraging People into University: Research Report. London. Available at https://www.bi.team/wp-content/uploads/2017/03/Encouraging_people_into_university.pdf
24. Vennard, Daniel, Toby Park and Sophie Attwood (2018). Encouraging Sustainable Food Consumption by Using More-Appetizing Language: Technical Note. Washington, D.C.: World Resources Institute. Available at <https://www.wri.org/publication/encouraging-sustainable-food-consumption-using-more-appetizing-language>
25. Motherwell, Suzanne (2018). "Are We Nearly There Yet?" Exploring Gender and Active Travel. Bristol, UK: Sustrans. Available at <https://www.sustrans.org.uk/media/2879/2879.pdf>
26. Sallis, Anna, Hugo Harper and Michael Sanders (2018). Effect of Persuasive Messages on National Health Service Organ Donor Registrations: A Pragmatic Quasi- Randomised Controlled Trial with One Million UK Road Taxpayers. *Trials*, vol. 19, No. 513. Available at <https://www.doi.org/10.1186/s13063-018-2855-5>
27. Baca-Motes, Katie, and others (2013). Commitment and Behavior Change: Evidence from the Field. *Journal of Consumer Research*, vol. 39, No. 5, pp. 1070-1084. Available at <https://doi.org/10.1086/667226>
28. Department of Energy and Climate Change and the Behavioural Insights Team (2014). Evaluation of the DECC/John Lewis Energy Labelling Trial. London: Department of Energy and Climate Change. Available at https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/350282/John_Lewis_trial_report_010914FINA
29. Kopelman, Elspeth (2019). Free Riding or Discounted Riding? How the Framing of a Bike Share Offer Impacts Offer-Redemption. *Journal of Behavioral Public Administration*, vol. 2, No. 2, pp. 1-10. Available at <https://doi.org/10.30636/jbpa.22.83>
30. Holland, Rob W., Henk Aarts and Daan Langendam (2006). Breaking and Creating Habits on the Working Floor: A Field-Experiment on the Power of Implementation Intentions. *Journal of Experimental Social Psychology*, vol. 42, pp. 776-783. Available at <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2005.11.006>
31. Scottish Government (2013). The ISM Tool website. A Practical Tool for Designing Effective Policy Interventions. Accessed on 13 July 2020 at <https://www.ismtool.org/>
32. Brough, Aaron R., and others (2016). Is Eco-Friendly Unmanly? The Green-Feminine Stereotype and Its Effect on Sustainable Consumption. *Journal of Consumer Research*, vol. 43, No. 4, pp. 567-582. Available at <https://doi.org/10.1093/jcr/ucw044>

Ресурсы и ссылки

Посетите сайт unep.org/nudges для получения дополнительной информации или для участия вашего кампуса в программе стимулирования.

Дополнительная информация

The Behavioural Insights Team (2014). EAST: Four Simple Ways to Apply Behavioural Insights. London. Available at <https://www.bi.team/publications/east-four-simple-ways-to-apply-behavioural-insights/>

The Behavioural Insights Team (2020). A Menu for Change: Using Behavioural Science to Promote Sustainable Diets Around the World. London. Available at https://www.bi.team/wp-content/uploads/2020/03/BIT_Report_A-Menu-for-Change_Webversion_2020.pdf.pdf

Hansen, Pelle Guldborg (2019). Nudging: To Know "What Works" You Need to Know Why It Works. Journal of Behavioral Economics for Policy, vol. 3 (Special Issue), pp. 9-11.

Available at <https://sabeconomics.org/wordpress/wp-content/uploads/JBEP-3-5-1.pdf>

Haynes, Laura, and others (2013). Test, Learn, Adapt: Developing Public Policy with Randomised Controlled Trials. London: The Behavioural Insights Team. Available at <https://www.bi.team/wp-content/uploads/2013/06/TLA-1906126.pdf>

United Nations Environment Programme (2015). Gender Equality and Environment: Policy and Strategies. Available at https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/7655/-Gender_equality_and_the_environment_Policy_and_strategy-2015Gender_equality_and_the_environment_policy_and_strategy.pdf.pdf

United Nations Environment Programme (2016). Fostering and Communicating Sustainable Lifestyles: Principles and Emerging Practices. Available at <https://www.oneplanetnetwork.org/resource/fostering-and-communicating-sustainable-lifestyles-principles-and-emerging-practices-full>

United Nations Environment Programme and One Earth (2018). Sustainable Lifestyles: Options and Opportunities. Paris: United Nations Environment Programme. Available at <https://www.oneplanetnetwork.org/resource/sustainable-lifestyles-options-and-opportunities>



АВТОРСКИЕ ФОТОГРАФИИ

pg. 12: Milla Uusitalo/Aalto University
pg. 13: University College Cork
pg. 17: Tongji University
pg. 19: Dominic Chavez/World Bank
pg. 24: Cyprus University of Technology
pg. 26: Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña
pg. 30: Mike/Flickr
pg. 37: Michael Puche/iStockphoto
pg. 39: HKU Sustainability Office

ПРЕДСТАВЛЕННЫЕ УНИВЕРСИТЕТЫ

Университет Аалто (Финляндия)
Кипрский технологический университет (Кипр)
Университет Далхаузи (Канада)
HEC Paris (Франция)
Университет Каратина (Кения)
Университет Махидол (Таиланд)
Портлендский общественный колледж (США)
Технический университет Дании (Дания)
Университет Тунци (Китай)
Университет де ла Коста (Колумбия)
Национальный университет Педро Энрикеса Урены (Доминиканская Республика)
Технический университет Перейры (Колумбия)
Университетский колледж Корка (Ирландия)
Университет Бата (Великобритания)
Университет Британской Колумбии (Канада)
Университет Калифорнии, Беркли (США)
Университет Калифорнии, Дэвис (США)
Университет Копенгагена (Дания)
Университет Гонконга (Китай)
Университет Мальты (Мальта)
Университет Сент-Эндрюс (Великобритания)
Университет Винчестера (Великобритания)
Йельский университет (США)

ЗЕЛЕНЬЕ СТИМУЛЫ НА ПЕРВЫЙ ВЗГЛЯД

Вот простая сводка подкатегорий программы EAST и примеров стимулирования в каждой из них.

Обеспечить устойчивое развитие

ПРОСТО

- **Использовать стандартные установки**

Пример: Предлагать гостям мероприятий вариант наиболее экологичного питания, если они не просят об ином.

- **Устранить или внести ограничения.**

Пример: Предлагать тарелки меньшего размера и отказаться от подносов в столовых кампуса.

- **Изменить условия выбора.**

Пример: Уменьшить количество парковочных мест для автомобилей и увеличить количество парковочных мест для велосипедов.

Обеспечить устойчивое развитие

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНО

- **Привлечь внимание.**

Пример: Контейнеры для мусора должны привлекать внимание.

- **Позитивно оформлять рекламные материалы и подчеркивать сопутствующие выгоды**

Пример: Продвигать экологически чистые продукты питания как вкусные и приятные.

- **Используйте продуманные меры стимулирования.**

Пример: Внедрение лотерейных схем возврата депозитов за вторсырье.

Обеспечить устойчивое развитие

СОЦИАЛЬНО

- **Подчеркните устойчивое поведение других.**

Пример: Сравнить энергопотребление отделов университета между собой.

- **Используйте индивидуальность и нужных посыльных**

Пример: Распространение сообщений через людей, с которыми ассоциируют себя студенты.

- **Использование социальных связей и давления со стороны сверстников**

Пример: Создайте группу по обмену продуктами питания для распределения остатков пищи по территории кампуса.

Обеспечить устойчивое развитие

СВОЕВРЕМЕННО

- **Поощрение заранее принятых обязательств и акцентирование внимания на текущих выгодах**

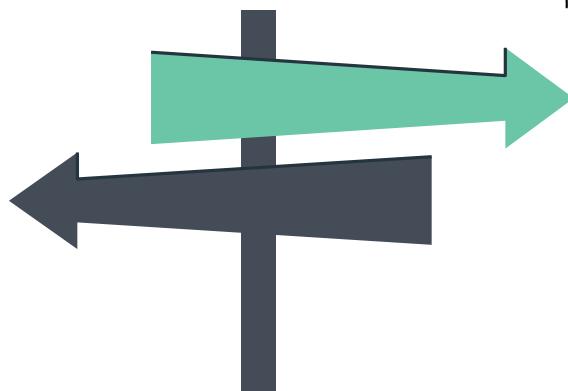
Пример: Предоставление беспроцентных займов для помощи студентам в приобретении проездных билетов на общественный транспорт.

- **Использовать или создавать благоприятные моменты.**

Пример: Дать первокурсникам советы по рациональному использованию продуктов питания.

- **Помогайте людям планировать и выполнять намеченное.**

Пример: Предоставить контрольный список для сокращения потребления воды в студенческих общежитиях.

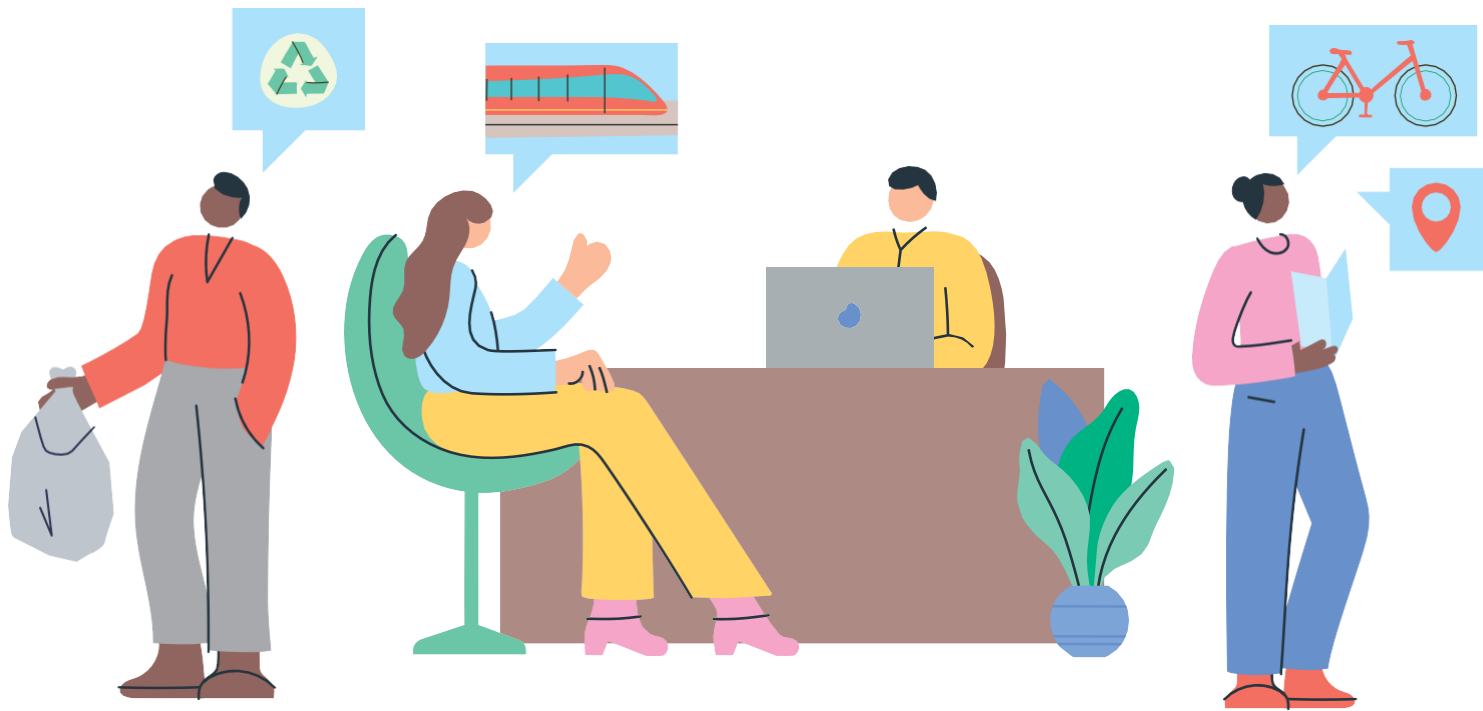


КАКИЕ ЗЕЛЕНЬЕ СТИМУЛЫ ВЫ БУДЕТЕ ИСПОЛЬЗОВАТЬ?

Теперь дело за вами. Вы можете использовать принципы ППСС не только для разработки зелёных стимулов, но и для того, чтобы помочь себе реализовать свои намерения по их внедрению. Запишите свои планы по зелёным стимулам, начав с ответов на вопросы на этой странице.

МОИ ПЛАНЫ ПО ЭКОЛОГИЗАЦИИ КАМПУСА

<p><i>Что я сделаю:</i></p>	<p><i>Конкретные шаги, которые мне необходимо предпринять:</i></p>
<p><i>Кого я буду привлекать к этому процессу:</i></p>	<p><i>Когда я сделаю первый шаг:</i></p>
<p><i>Перед кем я обязуюсь это сделать:</i></p>	<p><i>Что я хочу изменить:</i></p>



Как показывает наука о поведении, простые "стимулы" к принятию повседневных экологических решений могут помочь людям выработать устойчивые привычки и жить в соответствии со своими экологическими ценностями. Особенно эффективными могут быть "стимулы" в высших учебных заведениях.

ПРИМЕРЫ:

- Отказ от подносов в столовых для сокращения пищевых отходов
- Использовать привлекательные описания для блюд из растительных продуктов
- Сделать контейнеры для мусора привлекательными и удобными в использовании
- Предусмотреть больше мест для парковки велосипедов и меньше для парковки автомобилей
- Создать группу для распределения остатков пищи

Маленькая книга Зелёных стимулов рассказывает о том, как внедрить в жизнь все эти и другие методы, а также о том, как создать новые методы, адаптированные к условиям вашего кампуса.