

Varaždin 10. - 11. 6. 2026.

Promjena ponašanja za održivu mobilnost

Što motivira građane

Kako promijeniti način razmišljanja planera i donositelja odluka

Lidija Pavić-Rogošić, ODRAZ

**Od planiranja do prakse:
mobilnost, javni prostori i glas građana**

Varaždin 10. - 11. 6. 2026.

Promjena ponašanja za održivu mobilnost

Što motivira građane

*Kako promijeniti način razmišljanja
planera i donositelja odluka*

**Od planiranja do prakse:
mobilnost, javni prostori i glas građana**

Zašto psihologija u mobilnosti

Od planiranja do prakse:
mobilnost, javni prostori i glas građana

Varaždin 10. - 11. 6. 2026.

- Psihološki čimbenici snažno oblikuju izbor načina kretanja, ali su često zanemareni u planiranju mobilnosti.
- Razumijevanje ponašanja pomaže dizajnirati učinkovitije i održivije sustave.



Ljudi ne biraju način putovanja samo prema infrastrukturi, nego prema navikama, emocijama, percepciji kontrole i društvenim normama.

➔ *Zato psihologija mora biti dio planiranja mobilnosti.*



Što donositelji odluka trebaju imati na umu

Od planiranja do prakse:
mobilnost, javni prostori i glas građana

Varaždin 10. - 11. 6. 2026.

- **Ljudi vole ostati pri navikama** Svakodnevne rutine, poput odlaska na posao, postaju duboko ukorijenjene. Infrastruktura i poticaji oko nas oblikuju te navike, pa ljudi teško mijenjaju ono što im je poznato.
- Ako nova opcija nije **jednostavna** i praktična, ljudi će se vratiti starom ponašanju. Promjena mora izgledati **laka i bez komplikacija**.
- Ljudi putuju da bi nešto postigli — došli na posao, obavili obaveze, stigli na vrijeme. Svaka alternativa mora im omogućiti da **ostvare svoj cilj jednako dobro ili bolje**.
- **Infrastruktura omogućuje promjenu** Bez dobre mreže autobusa, tramvaja, metroa, biciklističkih staza ili mobilnih čvorišta, ljudi jednostavno **nemaju realnu mogućnost** promijeniti način putovanja.
- **Vrijeme je presudno** Ljudi najlakše mijenjaju navike kad im se mijenja i životna situacija — novi posao, selidba, rođenje djece. Tada stare rutine postaju „nestabilne“ i lakše ih je zamijeniti novima.

Promjena ponašanja u smjeru održive mobilnosti važan je dio stvaranja boljih prometnih sustava. Osim dobre infrastrukture i jasnih pravila, jako pomažu i mjere koje uzimaju u obzir psihologiju ljudi i način na koji donosimo odluke.

Što utječe na izbor prijevoza

Od planiranja do prakse:
mobilnost, javni prostori i glas građana

Varaždin 10. - 11. 6. 2026.

- **Unutarnja motivacija** — Ljudi najlakše mijenjaju ponašanje kad to stvarno žele iznutra, jer im je važno, jer osjećaju da imaju slobodu odlučivanja i da napreduju u nečemu što im ima smisla.
- **Samoefikasnost** — Ako osoba vjeruje da nešto može napraviti i da će u tome biti dobra, puno je veća šansa da će to ponašanje i usvojiti.
- **Osjećaj kontrole** — Kad ljudi imaju dojam da drže stvari pod kontrolom i da se mogu nositi sa situacijom, lakše se odlučuju na promjenu.
- **Socijalna podrška** — Podrška prijatelja, kolega ili grupa kojima pripadamo može biti presudna. Kad vidimo druge kako nešto rade ili nas ohrabruju, lakše i sami krenemo tim putem.
- **Planovi tipa “ako–onda”** — Jednostavni planovi poput „Ako pada kiša, onda idem autobusom“ pomažu da se ponašanje stvarno dogodi. Oni povezuju situaciju s konkretnom akcijom i olakšavaju postizanje cilja.

Kako zapravo biramo
kako ćemo putovati?



*Psihologija navika,
emocija i pristranosti
u svakodnevnoj
mobilnosti*

Prepreke za promjenu ponašanja

Od planiranja do prakse:
mobilnost, javni prostori i glas građana

Varaždin 10. - 11. 6. 2026.

- **Kognitivne pristranosti i navike** — mozak bira poznato, čak i kad postoji bolja opcija.
 - *status quo* — ostajemo pri onome što već radimo
 - nastavljamo jer smo već puno uložili
 - *automatizmi* — radimo „na autopilotu“.
- **Nizak osjećaj kontrole** — kad ljudi misle da ne mogu utjecati na situaciju, teško mijenjaju ponašanje.

Primjer: zbog kašnjenja i nepouzdanih linija osoba nema osjećaj da može „upravljati“ putovanjem pa ostaje pri automobilu.

Ljudi ne biraju prijevoz samo razumom.



Biraju ga navikama, emocijama i osjećajem kontrole.

Modeli temeljeni na znanju

Od planiranja do prakse:
mobilnost, javni prostori i glas građana

Varaždin 10. - 11. 6. 2026.

- **Informacije** potiču razumijevanje problema
- Jasno prikazuju mogućnosti djelovanja
- Objašnjavaju posljedice različitih izbora
- Pomažu ljudima da lakše odaberu održivije oblike mobilnosti



*Više informacija → veća
svijest → bolji stav →
promjena ponašanja*



Piramida promjene ponašanja

Od planiranja do prakse:
mobilnost, javni prostori i glas građana

Varaždin 10. - 11. 6. 2026.



Modeli usmjereni na stavove, vrijednosti i norme

Od planiranja do prakse:
mobilnost, javni prostori i glas građana

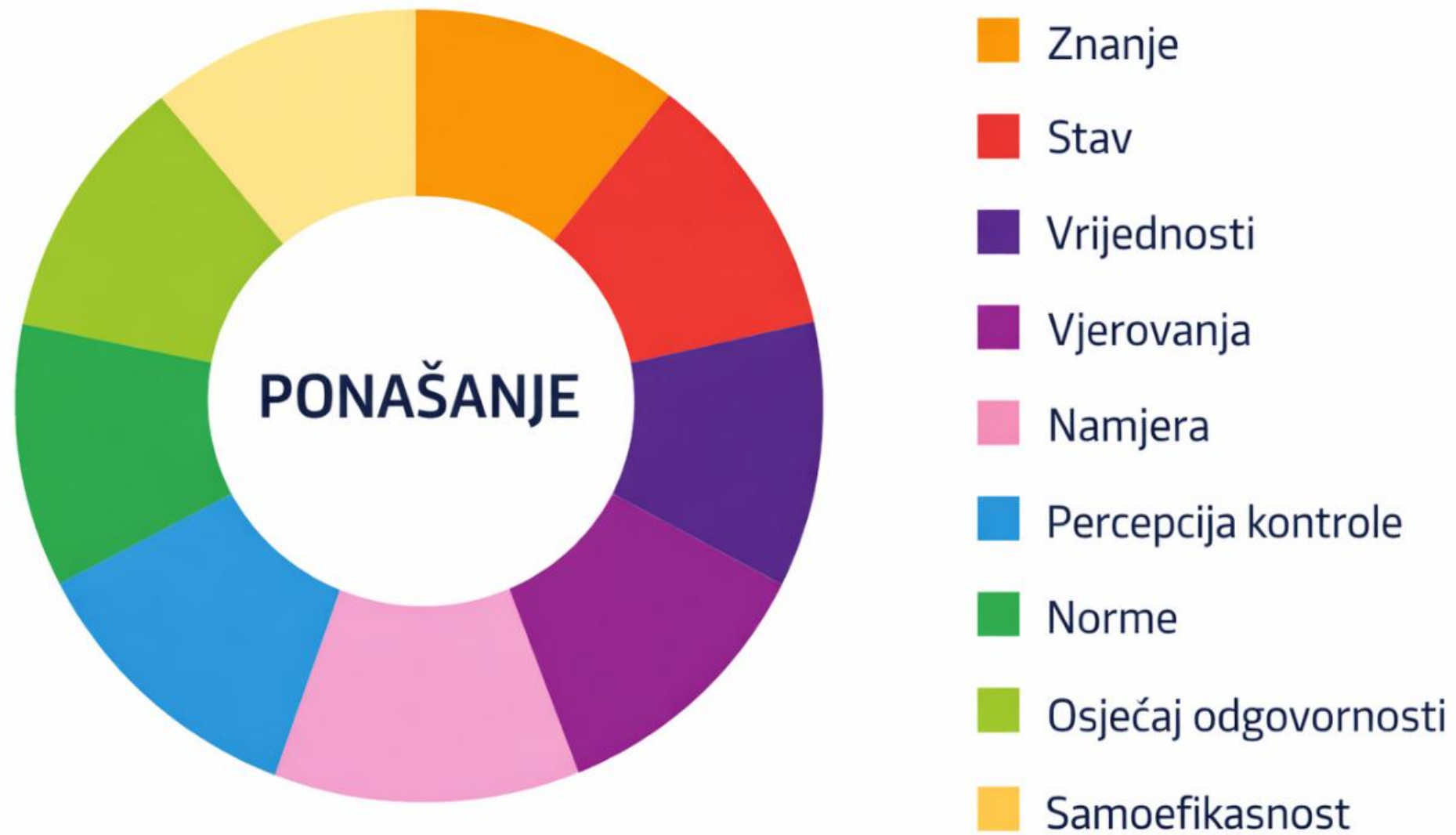
Varaždin 10. - 11. 6. 2026.

- **Znanje** je važno, ali samo po sebi nije dovoljno da potakne održivo ponašanje. Ključnu ulogu ima **emocionalna dimenzija**, u čijem je središtu sustav vrijednosti.
- Literatura razlikuje tri glavne skupine **vrijednosti** koje mogu potaknuti ljude na promjenu:
 - Egoistične vrijednosti — briga za okoliš proizlazi iz utjecaja na osobnu dobrobit pojedinca i njegovih bližnjih.
 - Društvene / humanističke vrijednosti — briga za okoliš proizlazi iz utjecaja na dobrobit zajednice i čovječanstva u cjelini.
 - Biosferne / ekocentrične vrijednosti — briga za okoliš proizlazi iz svijesti o utjecaju ljudskog ponašanja na prirodu, druge vrste i ekosustave.

Glavni psihološki čimbenici koji utječu na održive izbore putovanja

Od planiranja do prakse:
mobilnost, javni prostori i glas građana

Varaždin 10. - 11. 6. 2026.



Zašto se teško mijenjamo?

Od planiranja do prakse:
mobilnost, javni prostori i glas građana

Varaždin 10. - 11. 6. 2026.

- **Na razini razmišljanja:** promjena traži dodatni mentalni napor. Mozak mora obraditi nove informacije i pronaći nova rješenja, pa često odgađamo promjene ➡ štedimo energiju.
- **Na emocionalnoj razini:** ljudi vole osjećaj ugone i kontrole. Promjena, primjerice prelazak s automobila na javni prijevoz, može narušiti taj osjećaj kontrole, a to izaziva nelagodu.

Uloga percepcije

Percepcija ima veliku ulogu u odlukama o mobilnosti.

*Švicarsko istraživanje iz 2021. je pokazalo da su **jednostavnost i praktičnost** najvažniji faktori.*

Ako je sustav kompliciran (primjerice, treba instalirati više aplikacija) ljudi ga jednostavno neće koristiti.

Kako društvene norme oblikuju naše navike kretanja

Od planiranja do prakse:
mobilnost, javni prostori i glas građana

Varaždin 10. - 11. 6. 2026.

- Način na koji se krećemo **učimo promatrajući druge** (obitelj, kolege, prijatelje).
- Kad netko u grupi promijeni naviku, **i drugi često slijede** (želimo biti dio zajednice).
- **Ono što je „normalno“ postaje pravilo** (*status quo* pristranost nas drži u starim obrascima).
- **Vrijednosti i kultura** utječu na to da želimo biti dosljedni između onoga što mislimo i kako se ponašamo.
- **Grupni pristup** pomaže jer ljudi dijele iskustva, podržavaju se i zajedno mijenjaju navike.

Promjena ponašanja počinje kad se promijeni ono što smatramo normalnim — u našoj okolini, kulturi i grupi

Ukratko

Od planiranja do prakse:
mobilnost, javni prostori i glas građana

Varaždin 10. - 11. 6. 2026.

- **Što potiče promjenu** — Ljudi se najlakše mijenjaju kad imaju **unutarnju motivaciju**, vjeruju da to mogu (**samoefikasnost**), osjećaju da imaju **kontrolu**, imaju podršku drugih i kad si unaprijed postavite konkretne „ako–onda“ planove.
- **Što koči promjenu** — Navike, mentalni prečaci, strah, tjeskoba, osjećaj da nemamo kontrolu i činjenica da koristi često ne dolaze odmah.
- **Zašto bismo poznato** — Mozak voli ono što mu je poznato jer to zahtijeva manje energije. Zato automatski preferiramo stare obrasce.
- **Zašto je grupa važna** — Ljudi se lakše mijenjaju kad to rade u grupi. Grupa daje podršku, stvara osjećaj zajedništva i pomaže da ponašanje bude usklađeno s vrijednostima koje dijelimo.

Svaka promjena zahtijeva:

Od planiranja do prakse:
mobilnost, javni prostori i glas građana

Varaždin 10. - 11. 6. 2026.

- razmišljanje izvan uobičajenih okvira
- planiranje novih rješenja
- svjesno donošenje odluka, a ne automatizam

To troši puno energije pa mnogi odustanu prije nego što počnu.

Zašto zabrane i nagle promjene često izazovu otpor

*Ako se ljudima naglo ograniči sloboda (npr. zabrana automobila), javlja se **psihološka reaktancija** — ljudi rade upravo suprotno od onoga što se od njih traži, jer žele vratiti osjećaj kontrole.*

Zašto je važno pogoditi pravi trenutak

Od planiranja do prakse:
mobilnost, javni prostori i glas građana

Varaždin 10. - 11. 6. 2026.

- Navike se ne mijenjaju preko noći.
- Potrebni su:
 - ponavljanje
 - pozitivna iskustva
 - postupno napuštanje starog obrasca.

Zašto grupa pomaže

Ljudi se najlakše mijenjaju kad to rade u grupi, koja daje:

- . podršku*
- . osjećaj zajedništva*
- . motivaciju*
- . primjer drugih*

Kad jedna osoba u grupi promijeni ponašanje, često je slijede i ostali.

Ukratko

Od planiranja do prakse:
mobilnost, javni prostori i glas građana

Varaždin 10. - 11. 6. 2026.

- Mozak voli rutinu i štedi energiju — zato je promjena teška.
- Stres i osjećaj gubitka kontrole blokiraju racionalne odluke.
- Najbolji trenutak za promjenu je kad se mijenja i životni kontekst.
- Grupa i podrška okoline snažno potiču promjenu.
- Nagla ograničenja stvaraju otpor.
- Promjena zahtijeva vrijeme, ponavljanje i pozitivna iskustva

Kako osmisliti učinkovite intervencije

Da bismo znali kako potaknuti ljude na održivije načine kretanja, prvo moramo razumjeti što zapravo pokreće promjenu ponašanja. Zato je važno uzeti u obzir ključne čimbenike, teorije i modele koji objašnjavaju kako i zašto ljudi mijenjaju svoje navike.

1. EAST – kako olakšati promjenu ponašanja

Od planiranja do prakse:
mobilnost, javni prostori i glas građana

Varaždin 10. - 11. 6. 2026.

- **Razvio Behavioural Insights Team**

- ◆ **Easy – učiniti promjenu jednostavnom**

Pojednostaviti postupak, ukloniti prepreke, postaviti poželjnu opciju kao zadanu.

- ◆ **Attractive – učiniti je privlačnom**

Istaknuti koristi i dizajnirati poruke koje privlače pažnju.

- ◆ **Social – uključiti društveni utjecaj**

Pokazati da se radi poželjna stvar, potaknuti obvezu pred drugima.

- ◆ **Timely – odaberi pravi trenutak**

Djeluj kad su ljudi spremni na promjenu — u prijelaznim životnim fazama.

Promjena je uspješnija kad je jednostavna, privlačna, društveno podržana i pravovremena.

2. Poticanje na određeno ponašanje

Od planiranja do prakse:
mobilnost, javni prostori i glas građana

Varaždin 10. - 11. 6. 2026.

- Ljudi se lagano „pogurnu“ prema boljem izboru — tako da im taj izbor bude **lakši, vidljiviji i prirodniji**, ali bez ikakve prisile.
- Najbolje rezultate daje **kombinacija**: poticaji + jasne informacije + dobra infrastruktura.

Ljude možeš lagano usmjeriti, ali prava promjena dolazi tek kad im je jasno, lako i smisleno

EU: Promjena ponašanja nije slučajna

Od planiranja do prakse:
mobilnost, javni prostori i glas građana

Varaždin 10. - 11. 6. 2026.

- EU iskustva pokazuju da postoje **učinkovitije metode** za poticanje održive mobilnosti. One se temelje na razumijevanju **kako ljudi stvarno donose odluke**, a ne na pretpostavkama.

Što donosi izvještaj EIT Urban Mobility

„Integriranje uvida u ponašanje i planiranje održive mobilnosti” naglašava da psihologija mora biti dio planiranja.

Izvještaj donosi:

- *psihološke modele koji oblikuju odluke o putovanju*
- *barijere promjeni ponašanja*
- *konkretne mjere za javni i privatni sektor*

Behavioural Insights u politikama EU-a

Od planiranja do prakse:
mobilnost, javni prostori i glas građana

Varaždin 10. - 11. 6. 2026.

Europska komisija koristi **Behavioural Insights** (Uvide u ponašanje) kako bi razumjela:

- kako ljudi stvarno biraju načine kretanja
- što ih motivira ili blokira
- kako oblikovati politike koje potiču održive izbore

Kako se uvidi u ponašanje primjenjuju u praksi
Politike EU-a temelje se na:

- *stvarnim navikama korisnika, a ne pretpostavkama*
- *terenskim i online eksperimentima*
- *prilagodbi informacija kako bi održive opcije bile jednostavnije i privlačnije*

Behavioural Insights u politikama EU-a

Od planiranja do prakse:
mobilnost, javni prostori i glas građana

Varaždin 10. - 11. 6. 2026.

Ključne aktivnosti i tijela

- **Competence Centre on Behavioural Insights:** Središnje tijelo Europske komisije zaduženo za primjenu bihevioralnih znanosti u kreiranju politika koje su učinkovitije i humanije.
- **Zadatak u praksi:** Pomaže raznim odjelima Komisije da prepoznaju bihevioralne elemente politika i temeljem empirijskih dokaza predvide kako će potrošači reagirati na zakonske promjene.
- **Knowledge for Policy:** Središnja platforma putem koje se pružaju aktualne informacije kreatorima politika i omogućuje razmjenu ideja za poboljšanje pristupa upravljanju.

EU Policy Lab: Pogled unaprijed

Od planiranja do prakse:
mobilnost, javni prostori i glas građana

Varaždin 10. - 11. 6. 2026.

EU Policy Lab kombinira:

- Behavioural Insights
- dizajn
- foresight/predviđanja

Cilj: predvidjeti reakcije građana i oblikovati dugoročne promjene.

Zaključak: Infrastruktura + Psihologija = Uspjeh

Učinkovite politike mobilnosti zahtijevaju:

- *dobre sustave (infrastruktura)*
- *razumijevanje ljudi (psihologija)*
- *okruženje koje olakšava održive izbore*

Kako promijeniti način razmišljanja planera i donositelja odluka

Od planiranja do prakse:
mobilnost, javni prostori i glas građana

Varaždin 10. - 11. 6. 2026.

Problem nije glas, **nego politička volja**

Koalicije civilnog društva i drugih dionika mogu utjecati na budućnost samo ako političari njihov doprinos moraju uzeti ozbiljno.

Politička volja se ne čeka — ona se **dizajnira**.

Ključno pitanje: *Kako natjerati donositelje odluka da djeluju, a ne samo slušaju?*

Kako donositelji odluka stvarno razmišljaju

Od planiranja do prakse:
mobilnost, javni prostori i glas građana

Varaždin 10. - 11. 6. 2026.

Donositelji odluka ne reagiraju samo na argumente, nego i na psihološke mehanizme:

- više ih pokreće **strah od gubitka** nego obećanje koristi
- reagiraju na **ono što rade njihovi kolege**
- pamte **jednostavne i emocionalno snažne poruke**
- najprijemčiviji su u **trenucima donošenja odluka**

Bihevioralni uvidi pomažu oblikovati prijedloge tako da ih političari lakše prihvate.

Mehanizmi koji mijenjaju ponašanje institucija

Od planiranja do prakse:
mobilnost, javni prostori i glas građana

Varaždin 10. - 11. 6. 2026.

Da bi se promijenio način razmišljanja planera i političara, trebalo bi:

- pokazati civilno društvo i ostale dionike kao **su-dizajnere politika**, a ne komentatore
- dobiti od političara preuzimanje **javne obveze** i rokove, što povećava odgovornost
- davanje prijedloga u jeziku političkih prioriteta (radna mjesta, sigurnost, konkurentnost)
- graditi **široke koalicije** koje stvaraju osjećaj konsenzusa
- ugraditi **obvezno sudjelovanje** civilnog društva u sve faze politika

Treba koristiti bihevioralne uvide kako bi političarima olakšalo prihvaćanje rješenja