

Bijlage 2

Gedragsbepalers

Weerstand

Als je probeert om het gedrag van mensen te veranderen, kan dat weerstand oproepen. Weerstand is een sterk motief om gedrag niet te vertonen. Er zijn drie verschillende vormen van weerstand. *Aversie* is een weerstandsreactie die ontstaat als mensen zich aangetast voelen in hun keuzevrijheid of het gevoel krijgen in communicatie erg gestuurd te worden. Dit bedreigt hun gevoel van autonomie, wat juist een belangrijke voorwaarde is voor intrinsieke motivatie. *Scepsis* ontstaat als de doelgroep niet overtuigd is van het nut van de gedragsverandering of de afzender niet vertrouwt. Dit veroorzaakt vaak tegenargumentatie. De derde vorm van weerstand is *inertia*. Daarvan is sprake als mensen totaal niet geïnteresseerd zijn in of opzien tegen gedragsverandering, waardoor ze passief blijven en vasthouden aan het bestaande gedrag. Het is belangrijk om weerstand in de juiste volgorde weg te halen: eerst aversie, dan scepsis en als laatste inertia. Bedenk nu voor jouw onderwerp: in hoeverre speelt weerstand tegen gedragsverandering een rol?

Hulpvragen:

- Voelen mensen weerstand als gevolg van verminderde keuzevrijheid, het gevoel gestuurd te worden richting een bepaalde keuze en/of een dwingende afzender van de boodschap? (aversie)
- Is de doelgroep sceptisch over het nut van de gevraagde gedragsverandering of de intenties van de persoon/instantie die oproept tot gedragsverandering? (scepsis)
- Zien mensen op tegen de moeite die ze moeten doen voor de gevraagde verandering? (inertia)

Zelfbeeld

Het beeld dat we van onszelf hebben, is een belangrijke bepaler van ons gedrag. Dit beeld hangt nauw samen met onze waarden: dat wat we in het leven belangrijk vinden of nastreven, zoals tradities of zelfstandigheid. Wanneer het gewenste gedrag in lijn ligt met ons zelfbeeld, zijn we eerder intrinsiek gemotiveerd om het te doen. Het zelfbeeld kan ook betrekking hebben op een bepaalde sociale rol, bijvoorbeeld iemand die zichzelf ziet als een zorgzame vader. Omdat zelfbeeld en waarden vaak stevig verankerd zijn in mensen, kunnen ze gedragingen in meerdere contexten voorspellen. Iemand die hecht aan klimaat en de zorg voor onze planeet, zal eerder afval scheiden en zuinig omgaan met energie. Je kunt een bestaand zelfbeeld wel activeren, maar niet zo makkelijk veranderen. Ons zelfbeeld wordt vaak ook bepaald door (herinneringen aan) eerder gedrag dat we vertoonden. Voorbeeld: als het eerdere behulpzame gedrag van mensen wordt benoemd, vergroot dit de kans dat ze opnieuw sociale keuzes maken. Als het doelgedrag niet past bij ons zelfbeeld of ons positieve zelfbeeld kan bedreigen, is de kans juist kleiner dat we het gaan vertonen. Bedenk nu voor jouw onderwerp: in hoeverre speelt het zelfbeeld van mensen een rol bij dit gedrag?

Hulpvragen:

- Welke sociale rol, identiteit of waarden streeft de doelgroep na met het huidige gedrag?
- Komt het gewenste gedrag overeen met het zelfbeeld en de waarden van de doelgroep? Zo niet, wat botst er en waarom?