

Rapport #14 - Motivatiebarometer UGent

Wat vinden burgers van coronabadges en de -barometer? Enkele motiverende tools nader belicht

De besmettingscijfers stegen de afgelopen weken snel. Bij een deel van de bevolking groeit het besef dat bijsturing nodig is. Tegelijkertijd stellen andere burgers de noodzaak ervan in vraag. Hier en daar groeien er haarden van verzet. De vraag is hoe we leren leven met de maatregelen om het risico op een escalerende ontwikkeling te beheersen. Vanuit CELEVAL werd een barometer, een kleurcodesysteem dat het risiconiveau van de epidemie weergeeft, voorgesteld. Dit systeem, dat reeds eind mei werd gelanceerd door de expertgroep 'psychologie & corona' als een motivatie-ondersteunend kader, kreeg de nodige bijval van de politici maar zij vonden verfijningen nodig. Maar wat vindt de bevolking van deze barometer met kleurencodes? En wat denken mensen van coronabadges die burgers op hun trui of jas zouden spelden met als opschrift, bijvoorbeeld, '1,5m all day keeps the virus away!?' In dit rapport bespreken we de psychologische voordelen van deze tools. In het jongste onderzoek van de UGent naar de motivatie bij de bevolking waaraan 4877 personen (gemiddelde leeftijd 53.02 jaar, 62.8 % vrouwen) deelnamen, gaven deelnemers hun mening over deze coronabadges en -barometer. Het leverde heel wat interessante resultaten op waar CELEVAL mee aan de slag kan. Daarom formuleren we ook een aantal aanbevelingen voor implementatie van deze tools.

Take home boodschap

- Er zijn meerdere psychologische voordelen verbonden aan het wijdverspreid invoeren van coronabadges en het installeren van een coronabarometer.
- Coronabadges signaleren dat je zelf gemotiveerd bent, kunnen een sociaal verbindende rol spelen en corona-proof gedrag bij omstaanders ontlokken.
- 52% van de bevroegden geeft aan dat een coronabadge hen zou stimuleren tot coronaproof handelen en iets meer dan 1/3^{de} zou er zelf één dragen.
- De coronabarometer zorgt ervoor dat maatregelen proportioneel en helder zijn, verhoogt de betrokkenheid en het verantwoordelijkheidszin en biedt perspectief omwille van het doelgerichte karakter.
- 83% van de bevroegden zou de coronabarometer (heel) zeker opvolgen; 71% geeft aan dat de coronabarometer voor (veel) duidelijkheid zou zorgen en 58% zegt dat de coronabarometer hen zou aanzetten tot coronaproof gedrag.

Coronabadges

Psychologische voordelen

Een coronabadge bevat een corona-specifieke boodschap die burgers op hun jas of trui kunnen spelden. De basisfilosofie van de coronabadge is dat burgers elkaar alert houden. Op deze manier ontstaat er een collectieve waakzaamheid waarbij we elkaar aanmoedigen of zelfs responsabiliseren om de coronamaatregelen te volgen. Vanuit een motivationeel en sociaal psychologisch perspectief heeft deze coronabadge verschillende voordelen.

- Ten eerste getuigt het zelf opspelden van de coronabadge van **aansluiting bij een gedeeld sociaal project**. Hoe meer het dragen van een coronabadge ingeburgerd geraakt en dus de norm wordt, hoe meer dit coronaproof gedrag in de hand werkt. Coronabadges kunnen dus een **sociaal verbindende rol** spelen.






- Ten tweede fungeert deze coronabadge als een trigger: het ontlokt bij omstaanders het gewenste gedrag uit. Het is dus een mooi voorbeeld van **nudging**, het psychologisch principe waarbij de omgeving zo ingericht wordt het gewenste gedrag in de hand wordt gewerkt.
- Ten derde fungeert een coronabadge als een **communicatiesignaal**. Draggers communiceren aan hun omgeving dat ze **zich engageren om de maatregelen te volgen**. Zo hoef je als drager ook anderen niet meer mondeling te wijzen op het feit dat hij of zij de fysieke afstand doorbreekt. Terwijl velen schroom hebben om anderen te wijzen op de maatregelen is dit op deze manier minder nodig of kan het gebeuren op een meer speelse in plaats van een betuttelende of belerende wijze.

Appreciatiecijfers

In de jongste golf van de motivatiebarometer aan de UGent werden aan de deelnemers verschillende coronabadges voorgelegd. De deelnemers konden van verschillende slogans aangeven of ze deze aantrekkelijk vonden, zoals blijkt uit Figuur 1. De aantrekkelijkheid van de slogans varieerde mee met de leeftijd en het geslacht van de deelnemers, waarbij oudere deelnemers en vrouwen de badges meer appreciëren dan jongere deelnemers en mannen. Deze resultaten sluiten aan bij vastgestelde motivatieverschillen. Daarnaast werd aan de deelnemers gevraagd in welke mate ...

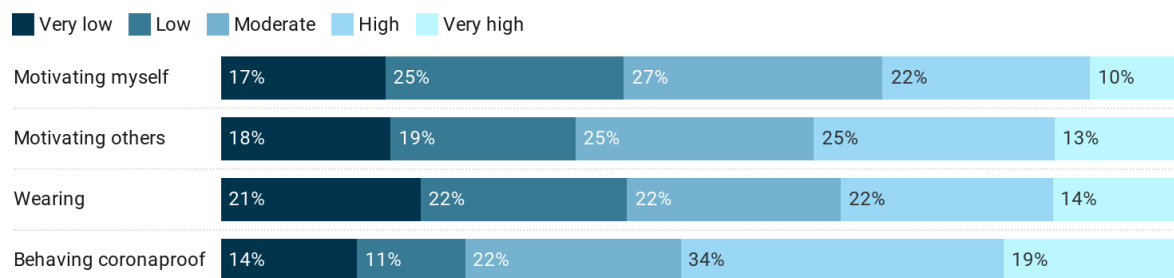
- ... ze zelf een badge zouden dragen
- ... ze het dragen van een badge als motiverend zouden ervaren, voor zichzelf en voor anderen
- ... de badge hen zou aanzetten tot coronaproof handelen

Figuur 1. *Aantrekkelijkheid gegeven slogans*

Slogan					
Gemiddelde	3.31	2.82	2.97	2.86	3.18

De percentages staan vermeld in Figuur 2. Interessant is dat deelnemers het dragen van zo'n badge meer motiverend vinden voor anderen dan voor zichzelf. Iets meer dan de helft (i.c., 53%) geeft aan dat de badge hen (heel) zeker zou aanzetten tot coronaproof handelen. Iets meer dan een derde (i.c., 36%) geeft aan zelf zo'n badge te willen dragen. Deze resultaten zijn bemoedigend. De vraag of het dragen van een badge echt een motiverend effect zal hebben, hangt af van een aantal randvoorwaarden die moeten voldaan zijn bij de implementatie ervan. Deze bespreken we in de volgende paragraaf.

Figuur 2. *Appreciatie coronabadge*



Aandachtspunten bij implementatie

- Het introduceren van deze coronabades kan zorgen voor een **ludieke noot** rond een beladen en serieus thema. Bades kunnen in allerlei vormen en kleuren worden verspreid en de slogans kunnen best grappig zijn. Met een kwinkslag moedigen we elkaar zo aan om de maatregelen te volgen.
- Niet alle types bades en slogans zullen alle doelgroepen in dezelfde mate aanspreken. Door het kiezen van doelgroepspecifieke slogans kan **maatwerk** geboden worden en kan aangesloten worden bij de leefwereld van specifieke doelgroepen. Het is aanbevolen deze doelgroepen en verschillende taalgemeenschappen te betrekken bij het kiezen van relevante slogans (bijv. via een radioprogramma). Als drager kan je ook kiezen tussen verschillende bades zodat je jouw **eigen voorkeur** kan laten blijken. Maatwerk en keuze versterken het engagement om deze bades te dragen.
- Dring deze coronabades niet op, maar maak deze wel **beschikbaar** voor het bredere publiek. Het dient een vrije keuze te zijn van een burger om deze te dragen of niet. Deze bades kunnen door organisaties (vb. universiteiten, bedrijven) worden aangeschaft en verspreid, waarbij ook sociale rolmodellen binnen een organisatie aangeven waarom zij deze dragen. Zo kunnen bijvoorbeeld studenten geneeskunde hun engagement laten blijken naar hun medestudenten.

Coronabarometer

Psychologische voordelen

De coronabarometer omvat een kleurcodesysteem waarbij elke kleur een verschillend risiconiveau weerspiegelt. Het systeem omvat een heldere schakelformule van de ene naar de andere kleur in overeenstemming met het risiconiveau en het beschrijft bijhorende maatregelen. Dit heeft een aantal belangrijke psychologische voordelen:

- Ten eerste zorgt de coronabarometer ervoor dat de inspanningen die geleverd dienen te worden afgestemd zijn op of **proportioneel** zijn met het risiconiveau van de epidemie. Disproportionele maatregelen ontlokken '**moet'-ivatie**: het volgen van de maatregelen wordt een groot karwei en dit houden we niet vol. Burgers zijn anderzijds best bereid om strengere maatregelen na te leven op voorwaarde dat ze deze als noodzakelijk ervaren in de gegeven situatie. Door de maatregelen te versoepelen bij lagere risiconiveaus kan de bevolking haar

inspanningen **doseren en zuiniger omspringen** met de energie die nodig is om de crisis het hoofd te bieden. Het kan immers nog enige tijd duren vooraleer er een vaccin voorhanden is.

- Ten tweede zorgt een barometer voor **helderheid en beoogt ze de onvoorspelbaarheid van de situatie te verminderen**. In het midden van deze zomer werden strengere maatregelen geïntroduceerd. Eén reden waarom deze ons lastig vielen was hun onverwachte karakter. Bovendien zorgt de barometer voor een **gedeeld begrip** van de situatie: we zitten allen op dezelfde lijn om het huidige risiconiveau in te schatten.
- Ten derde beoogt de barometer de **verantwoordelijkheidszin** bij burgers te vergroten. Omdat burgers zelf de situatie in hun regio kunnen monitoren, kunnen ze mee nadenken en individueel of collectief het initiatief nemen om hun gedrag aan te passen in functie van een verschuivend risiconiveau. Daardoor wordt hun **vrijwillige motivatie** dus meer aangewakkerd. Als coronaveilig gedrag bovendien de norm wordt in de eigen regio dan heeft dit een “besmettelijk” effect zodat het gewenste gedrag zich verspreidt onder burgers.
- Ten vierde zorgt de barometer voor een helder **doel** dat de burgers kunnen nastreven. Het introduceren van kritische drempelwaarden om te schakelen zorgt voor een **perspectief**. Als burgers samen streven naar dit collectief doel, kunnen ze ook een gevoel van collectieve effectiviteit en controle ervaren. Het bereiken van zo’n collectief doel stimuleert het vertrouwen en verschillende sociale groepen in de samenleving kunnen rond dit collectieve doel gemobiliseerd worden. Het wordt een **verbindend sociaal project**.

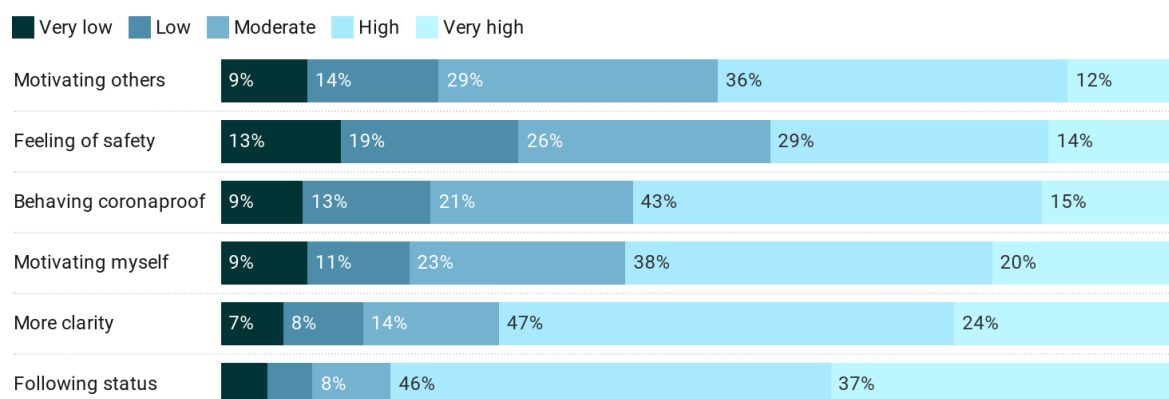
Appreciatiecijfers

Net zoals bij de coronabadges werd aan de deelnemers een reeks vragen gesteld over de barometer. Specifiek werd gepolst in welke mate ...

- ... ze de barometer zouden opvolgen
- ... ze de barometer als motiverend zouden ervaren, voor zichzelf en anderen
- ... de barometer voor duidelijkheid en een gevoel van veiligheid zou zorgen
- ... de barometer hen zou aanzetten tot coronaproof handelen

Uit de resultaten van de jongste wave blijkt dat maar liefst 83% van de deelnemers de status van de coronabarometer (heel) zeker zouden opvolgen (zie Figuur 3). Zo wordt er aangegeven dat het voor (veel) meer duidelijkheid (71%) en een (veel) groter gevoel van veiligheid (43%) zou zorgen. De barometer zou zowel (erg) motiverend werken bij zichzelf (58%) als voor anderen (48%) en deelnemers er (erg) toe aanzetten om coronaproof gedrag te stellen (58%).

Figuur 3. *Appreciatie barometer*



Aandachtspunten bij implementatie

Bij het verder verfijnen van deze barometer kunnen de volgende psychologische aandachtspunten in rekening worden gebracht:

- Probeer de barometer op een **regionaal niveau** te introduceren. Als deze op een nationaal of zelfs provinciaal niveau wordt ingevoerd, dan kunnen burgers het gevoel hebben dat bepaalde maatregelen onvoldoende afgestemd zijn op het risiconiveau in hun directe omgeving (vb. arrondissement). Denk aan de lockdown in de provincie Antwerpen: terwijl inwoners van de stad Antwerpen deze als nuttig en noodzakelijk ervaarden, gold dit (veel) minder voor burgers uit gemeentes in de provincie waar de besmettingscijfers niet zo snel stegen. Een te lokaal niveau (bijv. gemeentelijk) zorgt dan potentieel voor verwarring omdat kleurcodes tussen gemeentes te veel verschillen.
- Het is belangrijk om niet alleen aan te geven hoe “de 6 gouden regels” in verschillende mate van toepassing zijn bij verschillende risiconiveaus, maar om ook een consistente **sectorgebonden versie** ervan te ontwikkelen (vb. horeca, sport, onderwijs). Op deze manier kan de barometer fungeren als een **leidraad** voor ons functioneren in diverse levensdomeinen.
- Communiceer over deze barometer op een heldere manier. Denk aan een **coronabulletin**, vergelijkbaar met een weerbericht, waarbij op de kaart van België verschillende kleuren oplichten (cfr. uitslagen van politieke verkiezingen).
- Ons gedrag is vandaag ons belangrijkste wapen tegen de verspreiding van het virus. Als we een verdere stijging van de cijfers wensen te voorkomen, dan is het cruciaal dat de **kritische drempelwaarden voldoende laag** zijn. Als de knipperlichten sneller afgaan loopt door het volgen van de maatregelen de situatie niet uit de hand. Dergelijke lage drempels kunnen verantwoord worden door ook grafieken te tonen waaruit blijkt hoe de situatie zou evolueren als we de fase-specifieke maatregelen niet naleven. Merk op dat deze preventieve insteek net de kern is van een barometer: deze voorspelt hoe de situatie in de toekomst zal evolueren, veeleer dan een weergave te zijn van de huidige of voorbije toestand.

- Kies **psychologisch relevante parameters**. De parameters om te schakelen kunnen divers zijn. Het psychologische voordeel van ziekenhuisopnames is dat deze vermoedelijk een sterkere impact hebben op de risicoperceptie van de bevolking, wat op zijn beurt de motivatie verhoogt. Het nadeel ervan is dat deze zich achteraan in de 'coronaketting' bevinden en dat de drempelwaarden dus erg laag dienen te liggen om preventief het gewenste gedrag uit te lokken. Daarom is het goed om het aantal hospitalisaties ook met vroegere risicoparameters aan te vullen (bijv., R-waarde of de positiviteitsratio).
- Vermijd een **jojo-effect**. Het veroorzaakt verwarring en onvoorspelbaarheid bij de burgers als er te snel geschakeld wordt tussen twee risiconiveaus of kleuren, bijvoorbeeld als op een paar dagen tijd de situatie verschuift van geel naar oranje en weer terug. Denk aan de onduidelijkheid door het snel wisselen van kleurcodes bij buitenlandse reizen. Vooral bij het schakelen naar een lager risiconiveau is het cruciaal dat er voldoende zekerheid wordt ingebouwd dat het risiconiveau onder controle is. Zekerheid zou kunnen betekenen dat de vastgelegde parameters minstens gedurende een aantal dagen dienen bereikt te zijn vooraleer te schakelen.

Reflectie: zijn psychologen manipulators van de bevolking?

Hoe worden psychologen gezien die ons coronagedrag in de goede richting trachten te sturen? Dienen zij voor het nodige **glijmiddel** te zorgen zodat de ganse bevolking gedwee in de pas loopt en de ambities, zoals uitgetekend door biomedici, volgen? Dit zou een misvatting zijn. We weten immers uit empirisch onderzoek dat mensen een psychologische behoefte hebben aan autonomie, net zoals we fysiologische behoeftes hebben (bijv. eten, drinken). Als aan deze autonomiebehoefte is voldaan, dan betekent dit dat we het gevoel hebben onszelf te kunnen zijn: onze mening wordt serieus genomen en we staan ten volle achter ons handelen. Met dit basisprincipe in het achterhoofd maken we drie overwegingen.

1. Als motiverende tools worden ingezet om dissidente stemmen in de kiem te smoren, dan ondermijnen ze onze autonomiebehoefte in plaats van eraan te voldoen. **Dwingende motiverende tools zondigen dus tegen het psychologische basisprincipe dat psychologen zelf voorstaan.** Vandaar dat in de ontwikkeling en implementatie van deze tools aandacht nodig is voor inspraak (bijv. type slogan), keuze (bijv. al dan niet dragen van een coronabadge), proportionaliteit (bijv., disproportionele maatregelen voelen aan als een dwangbuis) en onderbouwing (bijv., wat is de meerwaarde van deze tools?).
2. Inspraak betekent dat we **protesterende burgers ook echt beluisteren** en ruimte creëren voor protesterende burgers en hun besognes die vaak legitiem zijn. Het is belangrijk in dialoog te gaan en rekening te houden met deze bezorgdheden. Maar de kiem van dit protest kan erg divers zijn: ontmoediging, gebrek aan geloof in de bewandelde strategie of doelconflict. Het volgen van de maatregelen staat wel vaker haaks op andere doelen die we ambiëren, zoals hechte sociale contacten onderhouden. Het is dus cruciaal dat burgers **geïnformeerde en dus doordachte keuzes** kunnen maken. Daartoe dienen ze over de nodige informatie te beschikken om in te schatten welke de consequenties zijn van het niet naleven van de veilige gedragsprincipes, zoals wanneer ze hun nauwe contacten te veel verruimen.
3. Het is cruciaal om het grotere **collectieve doel** 'het onder controle houden van de besmettingscijfers' voor ogen blijven houden. Hoe meer en hoe langer we dit doel realiseren hoe meer we onze autonomie in de gegeven omstandigheden maximaliseren. Een lockdown zou onze autonomie immers nog sterker kortwieken. Omdat verschillende wegen (lees:

maatregelen) leiden naar dit collectieve doel is het cruciaal om de discussie hierover levendig te houden. Een authentiek engagement wordt immers pas ontlokt als burgers ten volle achter de uitgestippelde wegen staan.