

Nieuwe aanpak in overheidscommunicatie

Vragen

Bert Pol
Christine Swankhuisen

uitgeverij | C
coutinho

bussum 2013

Deze vragen horen bij de tweede, herziene druk van **Nieuwe aanpak in overheidscommunicatie** van Bert Pol en Christine Swankhuisen.

© 2006 Uitgeverij Coutinho bv

Alle rechten voorbehouden.

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16 h Auteurswet 1912 dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan Stichting Reprorecht (Postbus 3051, 2130 KB Hoofddorp, www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van (een) gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie, Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.stichting-pro.nl).

Eerste druk 2006

Tweede, herziene druk 2013

Uitgeverij Coutinho

Postbus 333

1400 AH Bussum

info@coutinho.nl

www.coutinho.nl

Noot van de uitgever

Wij hebben alle moeite gedaan om rechthebbenden van copyright te achterhalen. Personen of instanties die aanspraak maken op bepaalde rechten, wordt vriendelijk verzocht contact op te nemen met de uitgever.

ISBN 978 90 496 0321 6

NUR 810

Inhoud

De vragen in dit document zijn opgenomen in de volgorde van de hoofdstukken in het boek. Omdat vragen vaak relevant zijn voor meer onderwerpen, is geen onderverdeling per hoofdstuk gemaakt. Wel staan hieronder in vet de hoofdstukken waarop de vragen betrekking hebben.

| | | |
|-----------|---|----|
| 1 | Woningen slopen – 2, 14 | 4 |
| 2 | Verkiezingscampagne via social media – 2, 8 | 4 |
| 3 | Veilig thuis voor ouderen – 2, 12 | 4 |
| 4 | Massamediale campagne: mogelijkheden en onmogelijkheden – 2, 4, 6, 8, 12 | 5 |
| 5 | Negatief en positief perspectief: zoek de voorbeelden – 2, 6, 8 | 5 |
| 6 | Sociale norm: verstandige toepassing – 2, 6 | 5 |
| 7 | Betrokken doelgroep. Wat overtuigt? – 4, 5 | 6 |
| 8 | Wat bepaalt de gedragsintentie het meest? – 4 | 6 |
| 9 | Roetfilter – 4, 8 | 6 |
| 10 | Wie ziet de advertentie? – 4 | 6 |
| 11 | Camera kopen – 5 | 7 |
| 12 | Alleen voordelen noemen? – 5, 9 | 7 |
| 13 | Gft-afval scheiden: gedragsbehoud – 5 | 7 |
| 14 | Diabetes: framing – 5 | 7 |
| 15 | Betrouwbaarheid: de dikke dokter – 5 | 8 |
| 16 | Angst aanjagen – 6 | 8 |
| 17 | Loonoffer – 6, 9 | 9 |
| 18 | Naar de stembus – 6, 5 | 9 |
| 19 | Soap of reclame? – 6, 12 | 10 |
| 20 | Vuistregels – 6 | 10 |
| 21 | De ‘brief-met-de-bobbel’ – 6 | 10 |
| 22 | De meeste mensen ... – 6, 2 | 11 |
| 23 | Beïnvloeding attitudes door publieke druk – 7 | 12 |
| 24 | Vasthouden aan principes – 7, 5 | 13 |
| 25 | Kennis over ventilatie – 8, 5 | 13 |
| 26 | Aandacht als voorwaarde voor kennisbeïnvloeding – 8, 6 | 14 |
| 27 | Burgerparticipatie: kiezen voor het beste idee – 8, 14 | 14 |
| 28 | Weerstand tegen verkeersmaatregel – 9 | 14 |
| 29 | Organisatieverandering – 9, 5, 13, 14 | 15 |
| 30 | Obesitas in New York – 9 | 16 |
| 31 | Protest tegen telefoonmast – 14, 9 | 16 |
| 32 | Anti-pestencampagne: campagnestrategie maken – 10, 11, 12 | 17 |

1 Woningen slopen

De gemeente heeft besloten een aantal woningen in een achterstandswijk te slopen, en hiervoor nieuwbouw in de plaats te zetten. Een aantal bewoners heeft lucht gekregen van deze plannen en in niet mis te verstane bewoordingen laten weten dat ze het er niet mee eens zijn. De gemeente moet snel actie ondernemen om te voorkomen dat het verder uit de hand loopt. Een bijeenkomst met bewoners over de sloop van hun woningen is in dit geval:

- a zinnig, omdat je zo iedereen tegelijkertijd en uitgebreid kunt informeren;
- b zinnig, omdat er zo draagvlak ontstaat voor de plannen;
- c gevaarlijk, omdat de kans groot is dat de boodschap niet overkomt en dat er een escalatie plaatsvindt.

2 Verkiezingscampagne via social media

Met gemeenteraadsverkiezingen in het vooruitzicht wil een wethouder haar campagne voeren via social media. Inwoners kunnen met haar in debat via Facebook en Twitter. 'Zo hoeft niemand zich achtergesteld te voelen als ik niet bij hen in de straat kom', verklaart de wethouder haar strategie.

Wat kan het nadeel zijn van vooral via social media campagne voeren?

3 Veilig thuis voor ouderen

Ouderenmishandeling komt vaker voor dan de meeste mensen denken. Als onderdeel van de campagne 'Voor een veilig thuis' is een spotje over dit onderwerp gemaakt (www.youtube.com/watch?v=gOcGJLU2L5A). Bekijk het spotje en beantwoord de vragen.

- a Wat kun je uit het spotje afleiden over het doel en de doelgroep van de campagne?
- b Noem een sterk en een minder sterk punt van dit spotje. (In hoeverre denk je dat het spotje tot het gewenste gedrag leidt?)

4 Massamediale campagne: mogelijkheden en onmogelijkheden

De campagnes van 'Nederland veilig' (www.nederlandveilig.nl) hebben een dubbele doelstelling: laten zien wat de overheid doet om de veiligheid te vergroten én aangeven wat burgers zelf kunnen doen. De vraag is wat we van dit soort campagnes kunnen verwachten. Hieronder staat een aantal mogelijke effecten. Geef bij ieder effect aan of het waarschijnlijk is dat dit door de campagnes wordt bereikt en waarom.

- a Op de agenda krijgen van het onderwerp veiligheid.
- b Gedragsverandering: zorgen dat burgers alerter reageren dan voor de campagne (bijvoorbeeld als ze geweld tegen ambulancepersoneel zien plaatsvinden).
- c Gedragsbehoud: stimuleren dat burgers net zo alert blijven reageren als voor de campagne.
- d Kennisoverdracht: wat kunnen burgers zelf doen om de veiligheid te vergroten?

5 Negatief en positief perspectief: zoek de voorbeelden

Negatieve informatie wordt sneller herkend en heeft meer impact dan positieve informatie. Mensen zijn daarom meer geneigd om zich te concentreren op de inhoud van een boodschap als deze negatief is geformuleerd. De formulering 'Vet eten vergroot de kans op hart- en vaatziekten' zal daarom in het brein meer aandacht trekken dan de formulering 'Gezond eten vermindert de kans op hart- en vaatziekten.'

Zoek in campagnes, reclames of krantenartikelen drie voorbeelden waarin bewust een negatieve invalshoek is gebruikt. NB Een negatieve invalshoek is niet hetzelfde als angst aanjagen. De voorbeelden moeten dus geen fear appeals zijn.

6 Sociale norm: verstandige toepassing

Mensen doen wat anderen doen, vaak zonder erover na te denken. De sociale norm speelt hierop in. Hieronder staan twee voorbeelden waarbij een sociale norm is gebruikt. Beredeneer bij elk voorbeeld of het gebruik van de sociale norm hier verstandig is of niet.

- 1 '6 van de 10 mensen slikt medicijnen niet trouw.'
(Uit een campagne om het goed innemen van medicatie te stimuleren.)
- 2 'Een helm dragen is geen punt van discussie: 95% van de brommerbestuurders draagt hem altijd.'
(Uit een campagne om dragen van een helm te stimuleren.)

7 Betrokken doelgroep. Wat overtuigt?

Volgens het Elaboration Likelihood Model zijn mensen die sterk bij een onderwerp betrokken zijn het best te overtuigen door:

- a de mening van een autoriteit ('Johan Cruijff vindt dit een goed middel');
- b de macht van het getal ('al 100.000 exemplaren verkocht');
- c sterke, controleerbare argumenten;
- d een creatieve en opvallend verpakte boodschap.

8 Wat bepaalt de gedragsintentie het meest?

Bij de totstandkoming van de gedragsintentie uit het model van gepland gedrag van Fishbein en Ajzen spelen drie factoren een rol. Welke factor is het belangrijkste?

- a Subjectieve norm: de mening van relevante anderen, zoals familie, vrienden en collega's.
- b Waargenomen gedragscontrole: acht iemand zich tot het gedrag in staat?
- c Attitude: de houding ten opzichte van het gedrag.

9 Roetfilter

In de strijd om de CO₂-uitstoot te verminderen, overweegt de overheid autobezitters te stimuleren bij de volgende APK-keuring een geavanceerd roetfilter te laten monteren. Zo'n filter vermindert namelijk de uitstoot van fijnstof. Hiermee loopt de overheid vooruit op aanstaande EU-wetgeving. De doelgroep is waarschijnlijk weinig betrokken bij dit onderwerp.

- a Welke mogelijkheden biedt een massamediale campagne voor dit doel? Gebruik bij de beantwoording het Elaboration Likelihood Model.
- b Noem minimaal twee andere manieren (naast een massamediale campagne) die zorgen voor een grotere kans op de gewenste gedragsverandering.

10 Wie ziet de advertentie?

Niels maakt graag filmpjes voor YouTube. Zijn camera is stuk gegaan, dus hij zoekt een nieuwe. Zijn buurjongen Bart kijkt graag naar de filmpjes maar heeft geen belangstelling om zelf te filmen.

Leg aan de hand van het Elaboration Likelihood Model uit of en hoe Bart en Niels zullen kijken naar een advertentie voor een filmcamera.

11 Camera kopen

Niels heeft een groepje van vrienden die net als hij graag filmpjes maken. Een van hen heeft net een heel geavanceerde camera gekocht, en Niels kijkt er watertandend naar. Die heeft niet alleen een uitstekende beeldkwaliteit maar kan ook direct de filmpjes via wifi op het internet zetten. Niels zoekt ook een nieuwe camera, omdat zijn oude kapot is. Maar weet dat hij zo'n semiprofessionele niet kan betalen. Hoewel zijn vrienden hem adviseren nog even door te sparen, koopt hij toch een camera die op een aantal filmers-blogs óók goed wordt beoordeeld, maar die een stuk goedkoper is. Laat aan de hand van de theorie van gepland gedrag zien hoe de keuze van Niels tot stand is gekomen.

12 Alleen voordelen noemen?

Je wilt een kritisch publiek beïnvloeden. Is het dan verstandig om alleen je eigen argumenten te behandelen, alleen die van de oppositie, of allebei?

13 Gft-afval scheiden: gedragsbehoud

De meeste mensen in Nederland scheiden netjes hun huishoudelijk afval. Hoe zorg je ervoor dat ze dat ook blijven doen? Met andere woorden: hoe stimuleer je in dit geval gedragsbehoud?

14 Diabetes: framing

De ouders van de kleine Joris hebben net gehoord dat hun zoon diabetes heeft. Ze moeten dagelijks zijn bloedsuikergehalte gaan meten. Ook zullen ze zich nu aan een dieet moeten houden.

- a Wat werkt het beste om de kans op het gewenste gedrag zo groot mogelijk te maken: winst- of verliesframing?
- b Formuleer de boodschap dat het belangrijk is om de leefregels te volgen, zowel in een winst- als in een verliesframe.

15 Betrouwbaarheid: de dikke dokter

Lees onderstaand artikelje en in het boek paragraaf 5.5.1. Waarom lijkt de dikke dokter betrouwbaarder?

Dikke patiënt luistert beter naar dikke dokter

Patiënten die dezelfde ongezonde leefstijl hadden hun dokter, zeggen vaker zijn advies op te zullen volgen dan patiënten die niet die ongezonde leefstijl hebben.

Goede voorbeeld

Dit blijkt uit onderzoek van het NIVEL. De ondervraagden vinden het heel belangrijk dat dokters het goede voorbeeld geven.

Ongeveer tweederde zou wel het advies opvolgen van een dokter die zelf niet het goede voorbeeld geeft. Een dokter die rookt, drinkt of overgewicht heeft, wordt meer vertrouwd door ondervraagden die zelf roken, drinken of te zwaar zijn dan door ondervraagden die dat niet doen of hebben. Hetzelfde geldt voor het opvolgen van advies van een dokter. Ondervraagden die zelf drinken of te zwaar zijn, zeggen vaker dat zij het advies op zouden volgen van een dokter die zelf drinkt of overgewicht heeft, dan ondervraagden die niet drinken of overgewicht hebben.

Bron: *Skipr*, 25 december 2010 (www.skipr.nl/actueel/id6366-dikke-patiënt-luistert-beter-naar-dikke-dokter.html)

16 Angst aanjagen

- a Negatieve, bedreigende informatie wordt sneller opgepikt dan positieve informatie. Wil dit zeggen dat de effectiviteit van een campagne groter wordt als er angstaanjagende beelden van slachtoffers worden vertoond?
- b Zoek een voorbeeld van een campagne waarin fear appeals zijn gebruikt, en een over hetzelfde onderwerp waarin dat niet is gebeurd. Tip: fear appeals worden in binnen- en buitenland veel gebruikt in campagnes tegen roken, overgewicht en verkeersveiligheid.
 - Op wie richt de campagne zich?
 - Bij de fear appeal: Waarom is er sprake van angst aanjagen? Welke doelgroep zal zich mogelijk voor de boodschap afsluiten?
 - Bij de campagne zonder fear appeal: hoe is gepoogd de doelgroep te beïnvloeden?

17 Loonoffer

ICT-bedrijf Capgemini bracht in 2013 het onderstaande bericht naar buiten. Bereken welk automatisme hiermee werd doorbroken.

Capgemini vraagt salarisoffers tot 30 procent

ICT-dienstverlener Capgemini in Utrecht vraagt zijn oudere werknemers een salarisoffer tot 30 procent. Dat blijkt uit de eerste zogenoemde kalibratiegesprekken die de onderneming met medewerkers voert. De vakbonden FNV, CNV en De Unie houden woensdag 20 februari 2013 een bijeenkomst in het FNV-kantoor in Utrecht voor betrokken medewerkers.

Bron: www.computable.nl, 18 februari 2013

18 Naar de stembus

Hoe zorg je ervoor dat allochtone vrouwen met weinig politieke interesse tóch gaan stemmen? Lees het onderstaande artikel en benoem twee sociale beïnvloedingsstrategieën waarvan in de campagne gebruik is gemaakt, en licht toe hoe ze hier werken.

Politieke interesse wekken met een magneet

ARJEN RIBBENS

Hoe verleid je allochtone vrouwen die niks met politiek hebben om toch naar de stembus te gaan? In opdracht van de afdeling emancipatie en integratie van het ministerie van Justitie bedacht Henk Buis van het communicatieadviesbureau HVR een campagne om de opkomst te bevorderen.

Slechts 23 procent van de Turkse en 37 procent van de Marokkaanse vrouwen heeft politieke interesse. Hoe breng je daar verandering in?

‘Door met allochtone vrijwilligers langs de deuren te gaan. Door die vrouwen in hun eigen taal voorlichting te geven, kun je hun vertrouwen winnen. Vertegenwoordigers van vijftien organisaties voor allochtonen hebben een speciale training gevolgd. Iedere groep gaat op zijn eigen wijze te werk. De Chinezen maken veel gebruik van e-mails en sms’jes. Turken kiezen voor debatten in de buurt. Antillianen organiseren gezellige huiskamerbijeenkomsten.’

Hoe weet u of de benaderde vrouwen ook echt gaan stemmen?

‘Ze krijgen een koelkastmagneet ter herinnering. En morgen verzamelen de vrouwen op een afgesproken plaats in hun buurt om gezamenlijk naar het stembureau te gaan. We maken er een uitje van. En ’s avonds organiseren we stemfeesten.’ [...]

Bron: www.nrc.nl, 21-11-2006

19 Soap of reclame?

Sponsoring van tv-programma's is sinds een aantal jaar bij de rijksoverheid niet meer toegestaan. Deze vorm van entertainment-education heeft echter voordelen boven tv-spotjes.

Welke voordelen heeft entertainment-education? Kies een Nederlandstalige tv-serie uit en geef aan hoe je via die serie de kijkers iets kunt leren over veilig rijden.

20 Vuistregels

In de praktijk wordt heel veel gebruikgemaakt van vuistregels om gedrag subtiel te beïnvloeden. Zoek van de genoemde vuistregels twee, in opzet verschillende voorbeelden.

- autoriteit
- veel = goed
- keurmerk

21 De 'brief-met-de-bobbel'

Goededoelenorganisaties sturen vaak een cadeautje mee met hun bedelbrieven. Bijvoorbeeld een pen, of iets anders waardoor de ontvanger direct voelt dat het geen gewone brief is.

Van welk beïnvloedingsprincipe maken deze organisaties gebruik?

22 De meeste mensen ...

Hieronder staan twee voorbeelden van campagnes waarin is gebruikgemaakt van de sociale norm.

- a Beargumenteer of het gaat om een descriptieve of een prescriptieve norm (zie ook paragraaf 6.4.5, p. 102).
- b Welke invloed heeft de bron van de informatie op de effectiviteit? Onderbouw dit zowel voor een neutrale doelgroep als voor een kritische doelgroep.

Voorbeeld 1

Vaccinatie van kinderen

Vaccinaties moeten besmettelijke ziekten verminderen of zelfs uitroeien. In het Rijksvaccinatieprogramma (RVP) worden alle Nederlandse kinderen ingeënt tegen een aantal ziekten. Deze inentingen zijn niet verplicht.

Meer dan 95% van de ouders laten hun kinderen vaccineren. Kinderen krijgen de prikken tussen hun 0^e en 4^e jaar. Als ze 9 zijn, worden 2 inentingen herhaald (DTP en BMR).

Bron: www.rivm.nl, augustus 2013

Voorbeeld 2

73% dierenartsen: vervang plofkip in supermarkt door alternatief

Het overgrote deel van de huisdierenartsen (75%) maakt zich zorgen om het gebruik van antibiotica bij de plofkip. 86% vindt de snelle groei onverantwoord. 73% van de dierenartsen vindt dat supermarkten de plofkip zouden moeten vervangen door een alternatief. Zo blijkt uit onderzoek van Team Vier in opdracht van Wakker Dier onder 250 huisdierenartsen.

Bron: www.devegetarier.nl, juli 2013

23 Beïnvloeding attitudes door publieke druk

- a Lees de volgende berichten. Waarom kon de attitude van CDA-politici en aanhangers door de media-aandacht succesvol beïnvloed worden?

Mauro slaat uitnodiging Bleker af

HILVERSUM – De jonge Angolese asielzoeker Mauro heeft vrijdagavond een uitnodiging van CDA'er Henk Bleker afgeslagen om zaterdag mee te gaan naar de voetbaltopper FC Twente – PSV.

'Mooi niet', reageerde Mauro op de uitnodiging die Bleker hem tijdens de uitzending van het televisieprogramma Pauw en Witteman deed. De camera ving de tijdens de talkshow op papier gekrabbelde uitnodiging.

Bleker, staatssecretaris Economische Zaken, Landbouw en Innovatie, maakte tijdens de uitzending duidelijk dat hij worstelt met de discussie om Mauro.

Bron: www.nu.nl, 29 oktober 2011

CDA-congres laat Mauro weinig hoop

Partijcongres CDA in Utrecht

Op het CDA-congres in Utrecht hebben tal van sprekers gezegd dat de asielzoeker Mauro een verblijfsvergunning moet krijgen. Dat gebeurde bij de behandeling van een resolutie over minderjarige asielzoekers. Die roept op tot een humanere behandeling van jonge alleenstaande asielzoekers, zoals de nu 18-jarige Mauro ook was. De resolutie werd met grote meerderheid van stemmen aangenomen, maar heeft geen gevolgen voor Mauro.

Studievisum

De partijtop en de CDA-fractie in de Tweede Kamer steunen het beleid van minister Leers. Die zegt dat hij zorgvuldig heeft gekeken of Mauro een verblijfsvergunning kan krijgen, maar dat de wet geen mogelijkheden biedt.

Leers wil Mauro daarom terugsturen naar Angola. Daar kan hij, net als andere vreemdelingen, een studievisum aanvragen. Het is nog onduidelijk of alle CDA-Kamerleden dit beleid steunen. De Tweede Kamerfractie vergadert dinsdag over de zaak Mauro.

Bron: www.nos.nl, 29 oktober 2011

- b Zoek een actueel voorbeeld uit de (lokale) politiek waarbij media-aandacht direct van invloed lijkt op de attitude van politici of beleidsmakers.

24 Vasthouden aan principes

Lees het volgende fragment.

Dit voorjaar zond BNN het programma Bloed, zweet en luxeproblemen uit, waarin Nederlandse jongeren in Azië en Afrika aan producten werkten die zij hier consumeren. Een van de deelnemers was Daphne, overtuigd veganist. 'Ik wijk nooit af van mijn principes', verklaarde ze. Dat betekende dat ze bij een Ethiopische leerlooierij of een Bengaalse garnalenkwekerij het zware werk aan de andere deelnemers overliet, er waren immers dieren mee gemoeid. Dat stuitte op onbegrip bij de lokale bevolking, voor wie dergelijke luxe keuzes niet waren weggelegd en zorgde voor ergernis bij de rest van de groep. Daphne toonde ongewild hoe een al te vaste overtuiging zelfs tot sociale uitsluiting kan leiden.

Bron: Kelli van der Waals, *Vrij Nederland*, 4 juni 2012

- a Verklaar waarom het moeilijk is de attitude van Daphne op dit punt te beïnvloeden.
- b Lees paragraaf 5.4.9 Extremiteit van de boodschap. Formuleer nu drie standpunten:
 - een standpunt waar een principiële veganist het zeker mee eens zal zijn (dit valt binnen het acceptatiegebied);
 - een standpunt dat daar diametraal tegenover staat, en waar een principiële veganist het zeker niet mee eens zal zijn (verwerpingsgebied);
 - en een standpunt hier tussenin, dat voor een principiële veganist wellicht te overwegen is (overwegingsgebied).

Achtergrondinformatie

Veganisme is het gedragsprincipe inhoudende dat men dieren niet doodt en geen leed berokkent, hetgeen onder andere met zich meebrengt dat men op geen enkele wijze gebruikmaakt van dieren, noch van producten die van dieren afkomstig zijn. Met andere woorden, men probeert de dieren in principe volledig ongemoeid te laten.

25 Kennis over ventilatie

Veel woningen zijn slecht geventileerd. Dat kan voor allerlei vocht-, tocht- en gezondheidsproblemen zorgen. Hierover is bij bewoners van huur- en koopwoningen nog niet zo veel kennis. En er leven ook verkeerde vooronderstellingen, bijvoorbeeld dat ventileren energie kost.

Kijk op de website van Milieu Centraal naar de campagne 'Ventilatie van groot belang!' (www.milieucentraal.nl/campagnes) en beantwoord de volgende vraag:

Het ministerie van Infrastructuur en Milieu, dat de site van Milieu Centraal ondersteunt, wil dat iedereen zorgt voor een goed geventileerde woning. In hoeverre draagt deze site bij aan dat doel?

26 Aandacht als voorwaarde voor kennisbeïnvloeding

Aandacht is een voorwaarde voor kennisbeïnvloeding. In het boek staan zes manieren beschreven om de aandacht van de doelgroep te krijgen.

- socialenetworkbenadering
- saliency: zorg ervoor dat een uiting in het oog springt
- vividness: maak de uiting persoonlijk interessant voor de doelgroepleden
- negatieve invalshoek
- demonstraties
- trefkans vergroten

Kies er twee uit en zoek voorbeelden uit de praktijk waarin deze worden toegepast. Let wel: het moet om onderwerpen gaan waarbij het doel is kennis bij de doelgroep te vergroten (zie paragraaf 8.4).

27 Burgerparticipatie: kiezen voor het beste idee

Door de aanleg van een weg is een stuk bos verdwenen. Als compensatieproject heeft de gemeente geld beschikbaar gesteld om een nieuw park aan te leggen. Daarvoor is een prijsvraag uitgeschreven. Twaalf ontwerpen voldoen aan de criteria. De wethouder wil graag dat burgers zelf de definitieve keuze maken.

Doet de gemeente er goed aan om de burgers te laten kiezen uit alle twaalf ontwerpen of is het beter om hen, na een voorselectie, de beste drie ontwerpen voor te leggen?

28 Weerstand tegen verkeersmaatregel

De gemeente wil in een binnenstadswijk het doorgaand verkeer ontmoedigen en meer ruimte voor fietsers en voetgangers creëren. Er is een mooie randweg gekomen en het verkeer heeft dus een alternatief.

Bewoners en winkeliers krijgen een brief dat een deel van de openbare weg met ingang van de volgende week geen doorgaande route voor autoverkeer meer zal zijn. De weg wordt met bloembakken afgezet. Voor fietsers en voetgangers blijft de route wel open.

De gemeente plaatst de bloembakken. De volgende dag zijn de bloembakken beschadigd en aan de kant geschoven. Het verkeer rijdt weer gewoon door de straat.

- a Van welke vorm van weerstand is hier sprake?

Winkeliers sturen de gemeente een brief over de bereikbaarheid van hun winkels voor de toeleveranciers. Ze betwijfelen of de vrachtauto's hun winkels nog goed kunnen bereiken en of de alternatieve route, die door kleinere straten loopt, voldoet aan de milieuriichtlijnen van de gemeente.

- b Van welke vorm van weerstand is hier sprake?
- c Welke technieken had de gemeente in de brief kunnen toepassen om de weerstand te verminderen?

29 Organisatieverandering

Onder de noemer 'Steeds beter' is een nieuwe directeur aan een ingrijpende organisatieverandering begonnen. In het personeelsblad heeft hij gezegd: "Over twee jaar werken we totaal anders dan nu. We worden steeds beter in de taken die we moeten uitvoeren."

De medewerkers hebben al de nodige organisatieveranderingen achter de rug. En eerlijk gezegd: zo veel is er niet door veranderd. Dus de mensen die er al langer werken weten dat ook dit wel weer overwaait. Gewoon rustig blijven doen wat je altijd doet, dat is het beste.

- a Van welke vorm van weerstand is hier sprake?
- b Welke strategieën kun je toepassen om de medewerkers in deze situatie wel in beweging te krijgen?

De directeur heeft al aangekondigd dat de organisatieverandering ook betekent dat er mensen hun baan zullen verliezen. Maar dat gebeurt nog niet in het eerste jaar. Voor zijn gevoel is daarmee de kou uit de lucht en hij organiseert een bijeenkomst voor alle vierhonderd medewerkers. Daar zal hij de plannen nader toelichten.

Hij heeft kosten noch moeite gespaard om er een geslaagde bijeenkomst van te maken. Iedereen moet met het verhaal van de organisatieverandering naar huis gaan en er thuis enthousiast over vertellen. Een theatergezelschap wordt ingehuurd om van de bijeenkomst een beleving te maken. De mensen worden onthaald door als lakei vermomde acteurs. De directeur heeft zich in een stofjas gehuld, onder het mom van 'samen steken we onze handen uit de mouwen'. De avond verliep anders dan gepland. Er liepen medewerkers boos de deur uit.

- c Hoe verklaar je dat de medewerkers wegliepen? Gebruik hiervoor ook je kennis over de beïnvloeding van gepland gedrag.

30 Obesitas in New York

Lees onderstaand opiniestuk.

Volgens welke strategie had burgemeester Bloomberg van New York beter hebben kunnen reageren op de weerstand van inwoners tegen zijn plannen om obesitas tegen te gaan?

Geen verbod op megabekers in New York

Het verbod op megabekers frisdrank in bioscopen, restaurants en andere horecagelegenheden in New York is van de baan. De rechter stak maandag een stokje voor het plan van burgemeester Michael Bloomberg, in een rechtszaak die was aangespannen door de drankhandel. Als onderdeel van de strijd tegen overgewicht wilde burgemeester Michael Bloomberg en de Gezondheidsraad van New York de verkoop van megabekers met een inhoud groter dan zestien ounce (480 milliliter) verbieden. Bloomberg (oprichter van het gelijknamige Amerikaanse mediabedrijf) wilde met de maatregel de overgewichtproblemen van zijn bevolking aanpakken. Ongeveer veertig procent van de kinderen en zestig procent van de volwassenen lijdt aan obesitas. Ondanks de goede bedoelingen van Bloomberg, stuitte het plan op veel verzet. Een alliantie van de frisdrankindustrie en organisaties meenden dat het Amerikaanse grondrecht van het recht op keuzevrijheid in het geding was. Ook een meerderheid (zestig procent) van de inwoners van New York was tegen de maatregel. Opvallend is dat de rijke blanken in Manhattan voor waren en de armere donkere bevolking in de Bronx en Queens fel tegen.

Bron: www.retailnews.nl, 12-03-2013 op basis van *NRC Handelsblad*

31 Protest tegen telefoonmast

Een mobielelefoonaanbieder heeft van de gemeente toestemming gekregen om een telefoonmast op het dak van een basisschool te plaatsen. De school is geïnformeerd over de risico's en acht ze verwaarloosbaar. Verontruste ouders zijn echter fel tegen de mast. Zij willen niet dat hun kinderen worden blootgesteld aan de sterke straling. Het is namelijk nog onbekend of deze straling op termijn schadelijke gevolgen voor de gezondheid heeft.

- a De gemeente wil een informatiebijeenkomst organiseren voor alle ouders, om de gemoederen te sussen. Wat zijn de risico's hiervan? Gebruik bij je onderbouwing hoofdstuk 14.
- b Welke alternatieven zijn er voor een grootschalige informatiebijeenkomst?

32 Anti-pestencampagne: campagnestrategie maken

Pesten is een wijdverbreid probleem. Op scholen, op internet en zelfs in verzorgingshuizen komt het voor. De staatssecretaris van Onderwijs wil over pesten op scholen een campagne ontwikkelen en vraagt jou advies. Je bereidt je op deze opdracht voor door een paar campagnes uit binnen- en buitenland te bestuderen.

- a Bekijk de volgende twee spotjes en analyseer met de kennis uit de hoofdstukken 1-9 in hoeverre ze kunnen bijdragen aan het doel om pesten te verminderen.
 - *Filmpje 1: Amber en Manon:*
www.youtube.com/watch?v=uQLuF8_OIXg
 - *Filmpje 2: Friends (Zweedse campagne):*
www.youtube.com/watch?v=IM87nv08HOok
- b Je concludeert dat de aanpak in de filmpjes niet voldoet. Bij dit complexe probleem is een gedegener aanpak nodig. Maak een communicatiestrategie met behulp van de stappen van intervention mapping uit paragraaf 10.3 en 10.4.