

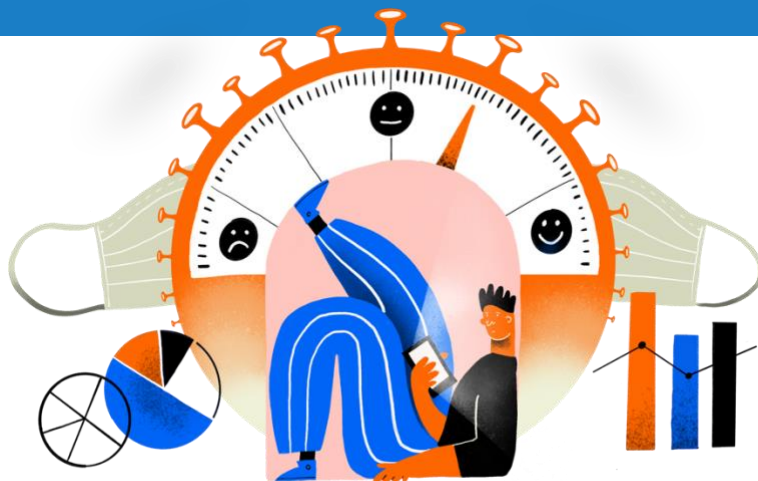
RAPPORT 11

Hoe de motivatie tijdens deze zomerperiode hoog houden? De rol van risicoperceptie, angst en verplichting.

The Motivation barometer

Auteurs (in alfabetische volgorde): Sofie Morbée, Omer Van den Bergh, Maarten Vansteenkiste, Joachim Waterschoot

Referentie: Motivationbarometer (16 juli, 2020). Hoe de motivatie voor het volgen van de maatregelen tijdens deze zomerperiode hoog te houden? De rol van risicoperceptie, angst, en verplichting. Gent, België.



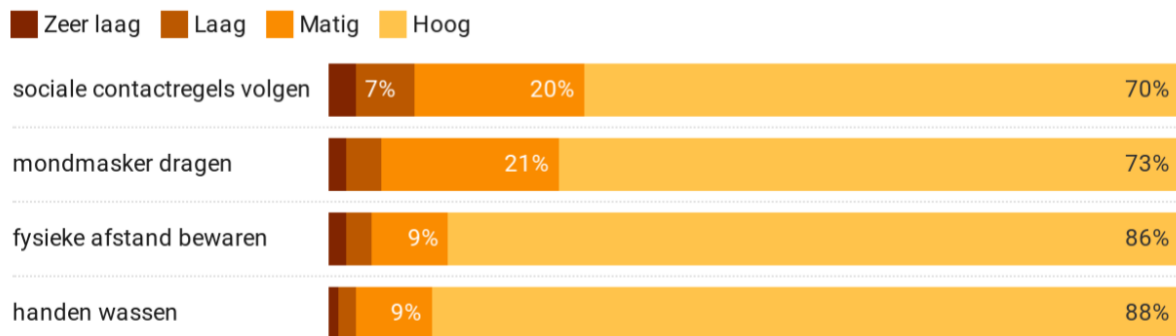
Het weekgemiddelde van het aantal besmettingen nam de afgelopen dagen opnieuw toe. Virologen waarschuwen dat het virus nog in het land is en dat blijvende waakzaamheid is vereist. Voor sommige burgers zijn deze cijfers een reden om angstig te worden, terwijl dezelfde cijfers andere burgers sterkt in hun engagement om de maatregelen vrijwillig te volgen. Hoe kunnen we de bevolking vandaag motiveren tot preventief gezondheidsgedrag zodat we een tweede golf kunnen vermijden of inperken? Wat is de rol van angst en risicoperceptie als motivationele drijfveren hierbij? Maar ook: vormt het verplichtend karakter van mondklappers per definitie een aanslag op onze autonomie? En hoe is het met onze huidige motivatie voor het volgen van de maatregelen gesteld? Dit zijn de vragen die centraal staan in dit elfde rapport uit de motivatiebarometerstudie aan de UGent, waaraan tot op heden 49040 personen deelnamen (71% vrouwen; gemiddelde leeftijd = 50.77 jaar).

Zomerse verleidingen

Opdat de bevolking de coronamaatregelen duurzaam zou volgen moeten aan minstens twee voorwaarden worden voldaan. Ten eerste is het belangrijk dat mensen zich in staat voelen om de maatregelen te volgen. Als de lat te hoog ligt en het lastiger wordt om de maatregelen te volgen, dan twijfelen mensen of ze dit kunnen volhouden. Tijdens de laatste enquêtegolf afgelopen weekend, uitgevoerd in een steekproef van 3183 deelnemers (69% vrouwen; gemiddelde leeftijd = 54 jaar), werd gepeild in welke mate mensen vertrouwen hebben dat ze vier kernmaatregelen (i.c., handen wassen, sociale contactregels volgen, mondklapper dragen, en fysieke afstand bewaren) kunnen respecteren. Procentueel gaf de meerderheid van de deelnemers aan dat ze zich in staat voelden om de maatregelen te volgen, waarbij dit percentage varieerde tussen 70% (sociale maatregelen volgen) en 88% (handen wassen; zie Figuur 1). Gemiddeld gesproken voelen deelnemers zich iets minder in staat om fysieke afstand te houden en zich aan de sociale contactregels te houden. Een beperkte groep (i.c., 16%) gaf zelfs aan gestopt te zijn met het tellen van het aantal personen waarmee ze contact hebben. Het aantal personen waarmee deelnemers zeggen in contact te zijn gekomen in de afgelopen week varieerde tussen de 0 en 30, met een gemiddelde van 7.

Zeker in een vakantieperiode, waarbij sociale ontmoetingen centraal staan, kan de bevolking het best lastig vinden om deze sociale maatregelen te volgen. Ook al hebben veel burgers de intentie om de noodzakelijke afstand te bewaren, deze maatregel vereist - in tegenstelling tot het wassen van handen of het dragen van een mondklapper - wederzijdse verantwoordelijkheid. Als anderen de afstand niet respecteren, dan worden we uitgedaagd om een passend antwoord te vinden. Als we worden uitgenodigd op een BBQ met 20 personen, dan wordt onze zelfbeheersing op de proef gesteld. Veeleer dan aan elke burger over te laten zelf antwoorden op deze uitdagingen te bedenken, is het wenselijk dat in een campagne of via de media een aantal treffende en ludieke

Figuur 1. Mate waarin deelnemers zich bekwaam voelen om maatregelen te volgen.



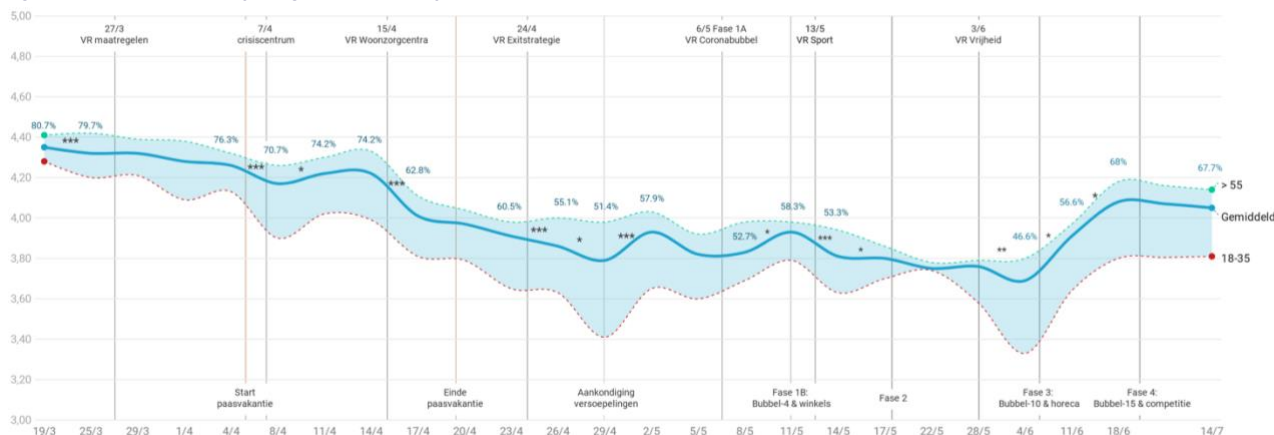
voorbeelden worden voorgetoond. Wanneer de bevolking zich aan deze goede voorbeelden kan spiegelen, kan ze zich gemakkelijker aan de regels houden. We hoeven er geen energie in te stoppen, maar kunnen terugvallen op een 'voorgekauwd' script: een coronagroet, een gevat antwoord om aan te geven dat je sociale bubbel al is gevuld, een speelse manier om aan anderen te vragen om zijn/haar mondmasker op te zetten. Dit neemt het schroom om de maatregelen te volgen weg.

Vrijwillige motivatie stabiliseert opnieuw

Naast de ervaren bekwaamheid om ons aan de maatregelen te houden, speelt ook de vrijwillige motivatie een belangrijke rol. In welke mate houden we ons aan de maatregelen omdat we de noodzaak er van inzien en we er pal kunnen achter staan? Of voelt het volgen van de maatregelen eerder aan als een lastig karwei, iets dat we moeten doen? 'Moet'-ivatie heeft, in tegenstelling tot vrijwillige motivatie, geen duurzaam effect op het volhouden van de maatregelen, laat staan op het ontwikkelen van nieuwe gewoontes.

De vrijwillige motivatie is sinds het begin van de lockdown geëvolueerd. Bij het begin van de metingen, die toen nog dagelijkse plaats vonden, stond 80.7% van de deelnemers geheel achter de maatregelen. Dit motivationeel draagvlak kalfde doorheen de lockdown periode af, met een schommelend patroon in functie van versoepelingen en de (de)motiverende communicatiestijl van de overheid (zie Figuur 2). Op haar dieptepunt begin juni bedroeg het motivationeel draagvlak 46.4%. De graduele versoepelingen gingen gepaard met een meanderend patroon, waarbij de vrijwillige motivatie na een versoepeling tijdelijke opflakkerde en dan weer licht daalde. Vanaf begin tot half juni steeg de vrijwillige motivatie verder door naar draagvlak bij 68% om op dat niveau te stabiliseren sinds half juni. Omdat deze steekproef verhoudingsgewijs uit meer vrouwelijke en oudere deelnemers bestaat, die zich meer vrijwillig schikken naar de maatregelen, bedraagt 67.7% (het percentage van afgelopen weekend) meer dan waarschijnlijk een overschatting van het reële motivationeel draagvlak.

Figuur 2. Evolutie in vrijwillige motivatie tijdens de coronacrisis.



Deze toename in vrijwillige motivatie is deels toe te schrijven aan de versoepeling van de maatregelen. Toen sociale bubbels werden verruimd en de horeca open ging, konden we deels terug ons oude leven hernemen. Deze versoepelingen zorgden ervoor dat de maatregelen haalbaarder werden. En als de maatregelen ons minder zwaar vallen, dan stijgt de bereidheid om deze te respecteren. De mogelijkheid om vrienden en familie te kunnen ontmoeten, op restaurant te gaan en opnieuw vrijer te kunnen leven ondersteunde verder onze psychologische basisbehoeftes aan verbondenheid en autonomie. Deze behoeftebevrediging biedt motivationele zuurstof om de gevraagde inspanningen te kunnen opbrengen. Net zoals bij voorgaande versoepelingen springt het wel in het oog dat het motivationeel draagvlak op dit moment niet langer toeneemt. Als bepaalde verhoopte versoepelingen (vb. in de evenementensector) straks toch niet worden doorgevoerd of er zich een verstrenging van de huidige maatregelen opdringt, dan valt te vrezen dat het motivationeel draagvlak zal afnemen.

Als een mondkaskerverplichting een keuze wordt

Een kwestie die in de afgelopen weken heel wat stof deed opwaaien is het al dan niet verplicht dragen van een mondkasker in winkels. Uiteindelijk besloot de regering om het dragen ervan niet enkel op te leggen in winkels, maar in verschillende openbare ruimtes (bijv. bioscopen). De deelnemers aan deze studie vonden dat de tijd hiervoor meer dan rijp was. Gevraagd of 'de regering te lang heeft gewacht met het introduceren van deze verplichting' gaf 82% aan dat de regering talmde (zie figuur 3). Tegelijkertijd vond 68.3% dat bindend maken van mondkaskers een positief signaal naar de bevolking. Verder gaf 79.7% aan dat ze begrip had voor deze verplichting en dacht 57.9% dat er voor deze verplichting draagvlak bij de bevolking bestond. Net zoals jongere generaties minder vrijwillige motivatie en meer 'moet'-ivatie vertonen, zijn ze ook minder voorstander van deze verplichting.

Deze verplichting voelt niet per definitie aan als een keurslijf. Het dragen van een mondmasker is een noodzakelijk ongemak waartoe burgers bereid zijn. Omdat de preventieve waarde van de mondmaskers door experts goed werd geduid, ervaren burgers de verplichting als legitiem. Deze kwestie legt een schijnparadox bloot: als er draagvlak bestaat voor verplichtende, maar noodzakelijke maatregelen, dan is de bevolking bereid om deze vrijwillig na te leven. De maatregel is dan wel wettelijk opgelegd, de maatregel voelt subjectief niet aan als een verplichting. Dit is een goede zaak, want 'moet'-ivatie om mondmaskers te dragen gaat net gepaard met meer verzet er tegen. Een bindende maatregel heeft ook het voordeel van de duidelijkheid. Bovendien vertolken mondmaskers een belangrijke signaalfunctie in het openbaar leven. Ze houden ons bij de pinken, ze houden ons coronabewustzijn hoog.

Risicoperceptie en coronabewustzijn

Opdat burgers de mondmaskerverplichting niet als een verplichting maar als een keuze zouden ervaren, moet aan twee voorwaarden voldaan zijn. Ten eerste dienen burgers te beseffen dat het dragen van een mondmasker een effectieve strategie is. Het beschermt hen tegen besmettingen. Ten tweede dienen ze ook de perceptie te hebben dat het risico op een opflakking of tweede golf reëel is. Uit het onderzoek blijkt dat hoe meer deelnemers van zichzelf denken (ernstig) besmet te zullen geraken, hoe meer ze vrijwillig gemotiveerd zijn. Dit geldt nog meer als ze de indruk hebben dat niet zozeer zichzelf, maar de bevolking als geheel een reële kans op besmetting loopt. Dus, het vrijwillig volgen van de maatregelen is niet louter gevoed door eigenbelang, zelfs integendeel. Hoe meer burgers inzien dat het virus nog in de bevolking rondwaart, hoe meer zij overtuigd zijn van het belang van de maatregelen. Deze overtuiging voedt hun verantwoordelijkheidszin en zet aan tot actie.

Figuur 3. Mening omtrent het verplichtend karakter van mondmaskers.



De bevolking bewust maken van het blijvende risico is nog iets anders dan het induceren van angst. Door te dreigen dat besmettingen uit de hand zullen lopen of de bevolking te confronteren met aangrijpende getuigenissen van coronapatiënten wordt de angst gevoed. Deze angst blijkt echter geen goede voorspeller te zijn, noch van de vrijwillige motivatie, noch van het duurzaam volgen van de maatregelen. Angst gaat enkel gepaard met meer 'moet'-ivatie tot actie en een verminderd welbevinden. Het komt er dus op neer om de dagelijkse besmettingen, ziekenhuisopnames en het aantal doden op een informatieve en niet op een dreigende wijze te blijven communiceren en hierbij het vertrouwen uit te stralen dat het goed volgen van de maatregelen het risico helpt indijken.

In dit opzicht pleit de expertgroep 'Psychologie & Corona' al langer voor het introduceren van een knipperlichtsysteem. Dit systeem met kleurencode wordt nu gebruikt voor reisadviezen en in specifieke levensdomeinen (vb. onderwijs), maar het breed uitrollen ervan over verschillende levensdomeinen zorgt ervoor dat de bevolking mee de effecten van haar eigen gedrag kan monitoren. Hierbij is het cruciaal om aan te geven op welke parameters (bijv. aantal besmettingen, aantal ziekenhuisopnames, ...) men zich baseert om te schakelen van het ene naar het andere kleur. Een coronavoetafdruk of een lijst met risicovolle activiteiten helpt burgers om beter in te schatten welk risico's zijn nemen. Dit inzicht zet aan tot reflectie en het vrijwillig nemen van verantwoordelijkheid voor de gezondheid van zichzelf en anderen.

Daadkrachtige overheid

Al enkele weken kloppen we met de expertgroep 'Psychologie & Corona' op dezelfde nagels. De resultaten uit de jongste bevraging van de motivatiebarometer ondersteunen de reeds geboden adviezen. Wat we vandaag nodig hebben is een daadkrachtige overheid, die alles in het werk stelt om het coronabewustzijn hoog te houden bij de bevolking. Dit kan gebeuren door:

- treffende en ludieke "good practices" breed te delen in de bevolking zodat mensen zich bekwaam voelen om te weerstaan aan de verleiding om de maatregelen te overtreden.
- uitvoerig het belang en de noodzaak van specifieke maatregelen te blijven uitleggen zonder angstinductie, zeker als een verstrenging zich opdringt
- een nationaal en lokaal knipperlichtsysteem met kleurencode zo spoedig mogelijk uit te werken, met transparantie over de parameters waarop men zich baseert om te schakelen tussen kleuren.
- de nodige middelen vrij te maken om een coronavoetafdruk te ontwikkelen zodat mensen zich bewust kunnen zijn van de risico's die ze met welke activiteiten nemen

CONTACT INFORMATION

- **Hoofdonderzoeker:**
Prof. Dr. Maarten Vansteenkiste (Maarten.Vansteenkiste@ugent.be)
- **Medeonderzoeker:**
Prof. Dr. Omer Van den Bergh (omer.vandenbergh@kuleuven.be)
- **Behoud en verspreiding vragenlijst:**
Drs. Sofie Morbee (Sofie.Morbee@ugent.be)
- **Data en analyses:**
Drs. Joachim Waterschoot (Joachim.Waterschoot@ugent.be)

www.motivationbarometer.com

