

Gedrag op maat: een conceptueel model voor het begrijpen en beïnvloeden van gedrag¹

**Tony Weggemans,
Gerard Tertoolen en Ipe Veling**

Dr. T.J. Weggemans is directeur van AGIT Research en Consultancy, dr. G. Tertoolen is senior adviseur mobiliteitsbeïnvloeding bij de Adviesdienst Verkeer en Vervoer, en drs. I. Veling is directeur van Traffic Test.

Adres: G. Tertoolen, Avv, Postbus 1031
3000 BA Rotterdam
T (010) 2825668 F (010) 2825642
e-mail: g.tertoolen@avv.rws.minverw.nl

Samenvatting

De hedendaagse rol van de overheid in de samenleving vereist meer dan vroeger inzicht in de drijfveren achter het gedrag van burgers. Op het gebied van verkeers- en vervoersbeleid wordt nog vaak verondersteld dat volstaan kan worden met een model van rationeel gefundeerd gedrag, terwijl onderzoek laat zien dat gedrag veelal gebaseerd is op gewoonte of impulsen. In dit artikel wordt een model gepresenteerd waarin aan verschillende gedragstypen een rol is toegekend. Elk type kent zijn eigen procesgang en vraagt een andere beleidsstrategie. Het gebruikmaken van dit soort inzichten leidt tot een zinvolle aanvulling op de klassieke overheidsinstrumenten wetgeving, subsidiëring en voorlichting.

1 Inleiding

Wil overheidsbeleid effectief zijn, dan zal er vroeger of later altijd sprake moeten zijn van veranderd gedrag van mensen. Overheidsbeleid is in essentie steeds een poging tot gedragsbeïnvloeding. Grosso modo kan de overheid zich op drie manieren tot de inwoners van haar grondgebied wenden, waarbij elk daarvan een specifieke rolverhouding met zich mee-

brengt (Weggemans 1990).

De eerste rol is de vertegenwoordiger van het staatsgezag. De overheid heeft als taak de rechtsorde te handhaven en gebruikt wetgeving en wetshandhaving (ge- en verboden) als instrument. Voornaamste doel daarbij is om het gedrag van de burgers 'binnen de perken' te houden. De overheid ontleent haar gezag aan een hogere orde. Ze richt zich tot haar inwoners als onderdanen met gelijke rechten en plichten. Gedrag wordt geformuleerd in termen van 'mag niet' of 'moet wel'.

In de tweede rol is de overheid vooral zorgend en opvoedend bezig. Via specifieke steunmaatregelen (subsidies) worden kansarme en minder draagkrachtige inwoners geholpen opdat hun leefsituatie niet meer belemmerend is voor hun maatschappelijk functioneren. De overheid streeft naar welzijn voor al haar inwoners. De rol van de inwoners is het beste te typeren als 'landgenoten'. Gedrag wordt gedefinieerd in termen van 'gewenst' en 'ongewenst'.

Kenmerkend voor de twee tot nu toe genoemde rollen is dat de overheid buiten de samenleving zelf staat. In de derde rol is dat anders. Daar staat de overheid niet buiten het krachtenveld van maatschappelijke actoren, maar maakt zij daar integraal

onderdeel van uit. De overheid is één van de spelers op het veld en stimuleert en coördineert de eigen initiatieven van haar inwoners. Een van de meest gebruikte instrumenten daarbij is het creëren van relatienetwerken. Marketing als instrument doet zijn intrede. De inwoners worden aangesproken als private actoren met een eigen verantwoordelijkheid. De kwaliteit van het spel is belangrijker dan de specifieke uitkomst.

In archetypische termen kunnen we de drie onderscheiden rollen aangeven als de 'vaderrol', de 'moederrol' en de 'partnerrol'. Archetypisch gebiedt en verbiedt de 'vader', steunt en voedt de 'moeder' op en communiceert en onderhandelt de 'partner'.²

Door het proces van maatschappelijke individualisering is het belang van de partnerrol, waarin van de inwoners eigen verantwoordelijkheid verwacht wordt, toegenomen. Of liever: is de vervulling van de vader- en moederrol steeds meer begrensd geraakt. Op het beleidsterrein verkeer en vervoer, dat in dit artikel als casus centraal zal staan, is het bij voorbeeld niet of nauwelijks meer mogelijk de groei van de mobiliteit met wettelijke maatregelen te beperken.³ Ook algemene publieksvoorlichting levert onvoldoende op (Tertoolen en Van Kreveld 1995; Tertoolen 1995). Beleidsmatig wordt het autogebruik als zodanig daarom niet meer ter discussie gesteld. Wel wordt van de automobilist gevraagd selectief (lees: verantwoord) om te gaan met het gebruik van de auto. Tegelijkertijd worden alternatieven voor (solistisch) autogebruik ondersteund, opdat er reële keuzemogelijkheden ontstaan.

Het toegenomen belang van de partnerrol stelt op het terrein van verkeer en vervoer bijzondere eisen aan de ontwikkeling van beleidsmaatregelen. Meer dan vroeger is inzicht in de drijfveren van de doelgroep van beleid nodig om effectieve maatregelen te kunnen ontwikkelen. Hierbij kan de doelgroep niet langer als een geheel worden gezien (zoals onderdanen of landgenoten), maar is segmentering noodzakelijk. Niet langer kan worden volstaan met algemene financiële, technische of bestuurlijke maatregelen die ongewenst gedrag onmogelijk maken of ontmoedigen en gewenst gedrag gebieden of stimuleren. In de praktijk blijken dit soort maatregelen niet (meer) voldoende effectief (Steg en Tertoolen 1995; Tertoolen en Steg 1996).

Beleidsmaatregelen kunnen bij delen van het pu-

bliek sterke weerstand oproepen, zoals onder andere gebleken is bij het openstellen van een speciale wisselstrook voor carpoolers in 1993 (zie onder anderen Van Vugt 1996). Deze extra rijstrook langs de A1 bij Diemen moest door het grote verzet bij media en spraakmakende automobilisten in 1994 weer gesloten worden. Een belangrijke verklaring achteraf voor het ontstaan van dit verzet is, dat mensen die op de betreffende route al jaren met één ander gezamenlijk reden en zich dus – in hun ogen – conform het gewenste beleid gedroegen, niet tot de wisselstrook toegelaten werden, omdat vanuit een technisch perspectief berekend was dat optimale bezetting van de rijstrook zou plaatsvinden bij tenminste drie of meer inzittenden. Carpoolers met twee inzittenden voelden zich vervolgens gestraft en accepteerden dat niet.

De partnerrol, die op het beleidsterrein van verkeer en vervoer meer en meer van de overheid verwacht wordt, vraagt een aanmerkelijk diepgaander begrip van het gedrag van de automobilist en de drijfveren daarachter. In theorie is het inzicht in de drijfveren van de 'mens achter de auto' in voldoende mate aanwezig. Het probleem is echter dat de beschikbare kennis onvoldoende ingang vindt in de beleidsvorming en -uitvoering.

Tot nu toe wordt bij het ontwikkelen van vervoersbeleid vaak verondersteld dat mobiliteitsgedrag gebaseerd is op rationele overwegingen. Er wordt uitgegaan van een algemeen gedragsmodel, geldend voor alle inwoners, waarin een causale relatie bestaat tussen een toename van kennis en een verandering van gedrag: 'Als 'ze' beter zouden weten, zouden ze wel anders handelen' (moederrol). Automobilisten worden gezien als calculerende wezens, die zowel bij de keuze van hun vervoermiddel als bij het gebruik constant afwegingen maken en op basis van nutsfactoren tot gedrag komen.

Autogebruik reducerende maatregelen richten zich daarom veelal op reistijd- of kostenwinst van vervoersalternatieven. In combinatie met gerichte voorlichting moet dit er vervolgens toe leiden dat bestaand gedrag wordt gewijzigd. Dat dit niet werkt, wordt veroorzaakt door het feit dat maatregelen bedacht zijn vanuit het verkeerssysteem (het perspectief van de vader- en moederrol) en onvoldoende rekening houden met het perspectief van de individuele automobilist zelf. Daarin spelen gevoelsmatige overwegingen een niet te onderschatten rol. Het

denken in termen van markt, marktsegmenten en klanten⁴ en het gebruik van aan de marketing ontleende begrippen en technieken, zal daarom bij de beleidsontwikkeling een plaats moeten krijgen, zonder dat overigens de bij de vader- en moederrol behorende denkwijzen daarmee overbodig worden. Het gaat om het aanvullen, niet om het vervangen van het overheidsinstrumentarium.

In de volgende paragrafen van dit artikel zal een conceptueel gedragsmodel worden gepresenteerd dat kan dienen als opstap voor de ontwikkeling van een effectiever vervoersbeleid, waarbij gedragsmotieven en gedragsmechanismen van de 'partner' meer tot hun recht komen en niet als irrationeel (en daardoor niet relevant) worden afgedaan. Zoals gezegd zal het verkeer en vervoer hierbij steeds als casus gepresenteerd worden. Het gedragsmodel heeft echter een breder toepassingsgebied dan verkeers- en vervoersbeleid alleen.

Na een uiteenzetting van het bij de beleidsontwikkeling veelal (nog) overheersende model van weloverwogen gedrag, worden tien lessen uit sociaal-wetenschappelijk onderzoek van gedrag weergegeven. Vervolgens wordt een meer gedifferentieerd gedragsmodel voorgesteld, waarin naast weloverwogen gedrag plaats is voor impulsgedrag en gewoontegedrag. Aan deze gedragstypen worden mogelijke beleidsstrategieën gekoppeld, waarmee de gereedschapskist van de overheid uitgebreid zou kunnen worden.

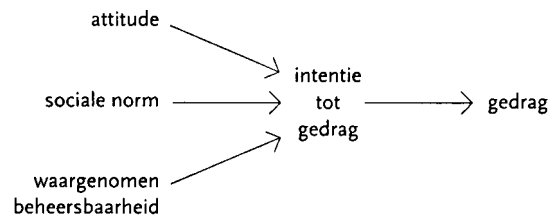
2 Weloverwogen gedrag

Het idee dat gedrag voortkomt uit beredeneerde keuzes is de essentie van de *theory of reasoned action* (Ajzen en Fishbein 1980) en van de *theory of planned behavior* (Ajzen en Madden 1986). We spreken van 'weloverwogen handelingen' als het gedrag beredeneerd is en dus vooraf wordt gegaan door een bewust keuzeproces. In dergelijke theorieën hangt het feitelijk vertoonde gedrag af van een *intentie tot gedrag*. Dit is het voornemen om bepaald gedrag te gaan vertonen. Er wordt van uitgegaan dat mensen vrij zijn om te kiezen tussen verschillende gedragsalternatieven en dat zij doorgaans handelen door systematisch gebruik te maken van beschikbare informatie. Door afwegingen te maken tussen de kosten en baten van verschillende gedragsconsequen-

ties, zal het gedrag dat het meeste oplevert worden gekozen.

Deze *expectancy value*-gedachte veronderstelt een *motivationale* component van gedrag. Het afwegen van kosten en baten gebeurt op basis van houdingen die het individu zelf heeft ten aanzien van deze kosten en baten (interne motivationele component) en op basis van de opvattingen hierover van anderen die voor het individu belangrijk zijn (externe normatieve component). Naast de attitude en de sociale norm vormt de waargenomen beheersing een factor die bijdraagt aan het vormen van een gedragsintentie. Dit laatste wil zeggen: men moet het gedrag ook feitelijk *kunnen* vertonen. Indien er bij voorbeeld helemaal geen bus rijdt op het traject dat iemand wil afleggen, overweegt deze persoon – ongeacht eventuele positieve attitudes en normen jegens de bus – niet eens de bus te nemen.

Figuur 1: Het model van weloverwogen gedrag in vereenvoudigde vorm



Vervoersbeleid dat opgesteld is vanuit een visie van weloverwogen gedrag is dus gericht op:

- * het aanbieden van informatie over (rationele) nadelen van ongewenst gedrag (veelvuldig auto-gebruik) en de (rationele) voordelen van alternatief gedrag (o.a. carpoolen en openbaar vervoergebruik), teneinde attitudes te beïnvloeden;
- * het op gang brengen van maatschappelijke discussies, middels voorlichting en *agenda setting*, omtrent veelvuldig auto-gebruik, teneinde normen om te buigen ten gunste van minder auto-gebruik;
- * het nemen van *push and pull*-maatregelen die auto-gebruik ontmoedigen en het gebruik van alternatieven stimuleren. Veelal op basis van rationele afwegingen, zoals het verhogen van brandstofprijzen en het verhogen van busfrequenties.

Aan de hand van enkele lessen uit het onderzoek en

uit de praktijk zullen we nu aangeven hoe en waarom beleid vanuit deze optiek tekortschiet.

3 Lessen uit onderzoek

Wat heeft het onderzoek naar de effectiviteit van gedragsbeïnvloeding ons geleerd? In een tiental punten vatten we de resultaten van jarenlang onderzoek en praktijkervaring beknopt samen, waarbij we cursief gedrukt telkens een praktijkvoorbeeld zullen beschrijven. Hoewel de items los van elkaar staan, zal duidelijk zijn dat ze elkaar in de praktijk kunnen versterken.

Les 1

Mensen hebben de neiging bestaand gedrag, dat bekend en vertrouwd is, te handhaven. In veel gevallen is dat ook de efficiëntste manier om het dagelijks leven te organiseren. Negatieve aspecten van het bestaande gedrag worden gerelativeerd en alternatief gedrag wordt als ongunstiger beoordeeld dan objectief gezien noodzakelijk is (Wildervanck 1990; Steg 1991).

Mensen die gewend zijn voor het woon-werkverkeer de auto te gebruiken en dit als prettig ervaren, zijn geneigd de kosten van de auto en de reistijd per auto positiever in te schatten dan de kosten van en de reistijd per openbaar vervoer. Wachttijden in de file worden gerelativeerd door de gedachte dat men op een station nog veel langer moet wachten en dat men dan pas echt 'aan de goden overgeleverd is'.

Indien gedrag bij herhaling wordt vertoond en als prettig wordt ervaren, ontstaat *gewoontegedrag* (onder anderen Rooijers en Welles 1996; Aarts 1996). In dit geval wordt het gedrag niet tot nauwelijks meer beredeneerd.

Les 2

Tussen houding en gedrag is het geen eenrichtingsverkeer. Mensen zijn niet alleen in staat hun gedrag bij hun houding aan te laten sluiten, maar kunnen ook het omgekeerde: hun houding aanpassen aan het gedrag, zodat houding en gedrag toch weer in overeenstemming met elkaar zijn. In de beleidsvorming dient daarom aandacht te worden besteed aan wat mensen *feitelijk doen*. Als mensen zijn over te halen ander gedrag te proberen, bestaat de kans dat houdingen over dat gedrag daarna ook ten goede veranderen.

Zo kan milieuvoorlichting aan mensen die het milieu op zich wel belangrijk vinden, maar ook graag autorijden, er toe leiden dat het milieu minder belangrijk gevonden wordt. Men kan dan immers 'met goed fatsoen' auto blijven rijden (cognitieve dissonantie reductie; zie Tertoolen en Van Kreveld 1995). Mensen die bereid zijn de auto eens te laten staan en het openbaar vervoer 'eens te proberen', dienen wel gewezen te worden op de gunstige milieuaspecten van hun gedrag, waardoor hun milieuattitude (die op dat moment consistent is met hun gedrag) versterkt kan worden.

Les 3

Mensen bezitten een schatkist aan redeneringen waarom kennis die ze hebben *niet* tot gedragsverandering hoeft te leiden. Via *zelfrechtvaardiging* (Steele 1988; Aronson 1995), *cognitieve dissonantie* (Cooper en Fazio 1984; Tertoolen 1994a), en *afwentelen van verantwoordelijkheden* (Van Lange 1991; Tertoolen 1994a; Steg 1996) zijn mensen in staat hun zelfbeeld te versterken, zonder dat zij hun gedrag hoeven te wijzigen. Ook kunnen mensen zichzelf tot slachtoffer bombarderen ('het is zo'n groot probleem, dat ik er niets aan kan doen, hoe graag ik dat ook zou willen'). Aangeleerde hulpeloosheid ('ik heb er geen invloed op, het is toch een verloren zaak'; Seligman 1975) of vervreemding van de problematiek (Denters en Geurts 1993; Tertoolen 1994b) kan dan het gevolg zijn. Ook dan is de noodzaak om het gedrag te wijzigen weggevallen.

Informatie verstrekken met een 'doemkarakter' en het tot zondebok maken van de auto kan er dan toe leiden dat de noodzaak om het gedrag te wijzigen wordt weggenomen. Informatie dient daarom een veel opener karakter te hebben en argumenten vanuit verschillende invalshoeken aan te dragen, zodat de ontvanger van de boodschap zijn eigen standpunten daar (gedeeltelijk) bij kan laten aansluiten (Traffic Test 1996). Een eventuele attitudeverandering kan dan langzaam (stapsgewijs) totstandkomen.

Wanneer mensen maatregelen als bedreigend voor de individuele vrijheid ervaren, kunnen ze zelfs tegendraads gedrag gaan vertonen (*reactance*; Brehm en Brehm 1981). Men kan juist dat gaan doen wat niet mag.

Als de politieauto op de snelweg is afgeslagen, is de neiging extra groot het gaspedaal diep in te drukken en sneller te rijden dan wettelijk toegestaan is. Indien veel automobilisten van mening zijn dat op een bepaald tra-

ject de 100-kilometer limiet ten onrechte wordt opgelegd, kan dat leiden tot massale overtreding van de maximale snelheid.

Les 4

Het gedrag van mensen is onderdeel van een heel gedragspatroon. Zowel opvattingen als gedragingen van mensen maken deel uit van een levensstijl. Noch gedrag noch opvattingen laten zich daarom zo maar veranderen (Van Eck, Meurs en Jager 1991; Batenburg en Knulst 1993).

Zo is autogebruik vaak onderdeel van een gedragsketen: eerst de kinderen naar school en crèche brengen, dan naar het werk, vervolgens boodschappen doen en de kinderen weer ophalen. Zo'n gedragspatroon is met het openbaar vervoer niet uitvoerbaar, waardoor ook veranderingen van onderdelen van het patroon tegengehouden worden.

Les 5

Mensen letten op wat hun omgeving van hun denkt. Sociale netwerken en algemeen geldende meningen zijn van grote invloed op de opvattingen en het gedrag van mensen. Mensen doen graag wat 'in' is en hoogstens stiekem wat 'uit' is (Cialdini, Kallgren en Reno 1991).

De kinderen van de directeur vertellen, vertoevend in hun vriendenkring uit de lagere sociale klasse, liever niet dat hun vader in een Jaguar rijdt. Dezelfde kinderen lopen hier opzettelijk mee te koop als zij zich onder vrienden uit dezelfde sociale klasse bevinden.

Les 6

Mensen luisteren selectief. Als de boodschap onvolgende aansluit bij de eigen denkwereld of strijdig is met eigen belangen, wordt een overredende boodschap genegeerd (Steg 1991; Bamberg en Schmidt 1993).

Als één geleerde professor beweert dat er géén sprake is van een broeikaseffect, waardoor de noodzaak om het autogebruik te verminderen wegvalt, is de kans groot dat deze geleerde eerder gehoord wordt dan honderd van zijn collega's die het tegendeel beweren.

Mensen leren door directe ervaring. 'Ervaring' wil zeggen dat men leert dat autorijden leuk en spannend is. Men 'leert' dat het openbaar vervoer 'nooit' op tijd is. Het subjectieve filter dat onze waarneming beïnvloedt, zorgt er voor dat onze (voor)oordelen bevestigd worden.

Uitlaatgassen zijn niet te zien en de bossen zijn nog steeds groot en groen. De boodschap dat de uitlaatgassen de bossen aantasten, wordt dan ook gemakkelijk minder serieus genomen.

Les 7

Indien mensen een maatregel als onrechtvaardig beschouwen, zijn zij in staat deze maatregel als legitiematie te gebruiken om hun gedrag verder te handhaven. Uit protest tegen de maatregel wordt gekozen voor een strategie van 'mij zullen ze niet krijgen, nu blijf ik zeker autorijden' (Tertoolen 1994b).

Een accijnsverhoging wordt morrend geaccepteerd. Maar nu de automobilist er extra voor betaalt, heeft hij ook het recht verkregen te blijven rijden. De impuls werkt dan dus averechts. Er komt meer geld binnen, maar het autogebruik neemt niet af en automobilisten hebben een extra argument om te blijven rijden.

Les 8

Mensen hebben over het algemeen een positieve mening over hun eigen gedrag. Zij schatten hun eigen gedrag als 'iets beter' (iets socialer, iets milieuvriendelijker, iets redelijker enzovoort) dan dat van anderen in. Er is sprake van illusoire superioriteit (Tertoolen en Van Krevelend 1995). Een logisch gevolg daarvan is dat 'anderen' eerst maar hun gedrag moeten veranderen.

Meer mensen dan statistisch mogelijk is, denken dat zij minder autorijden dan de 'buurman of buurvrouw'. Als het autogebruik verminderd moet worden, moeten anderen dus maar beginnen, want zijzelf 'rijden al minder' (Tertoolen 1994b).

Les 9

Mensen moeten zichzelf in staat achten het gewenste gedrag toe te passen. Het gaat hier niet om een objectieve, maar om een uiterst subjectieve inschatting van de eigen capaciteiten. Mensen moeten 'geloven' dat ze het kunnen (Heine 1995).

Als mensen tien minuten wachten bij een bushalte als zeer vervelend ervaren, zullen ze zichzelf niet in staat achten van het openbaar vervoer gebruik te maken. Evenzo zal iemand die er van overtuigd is dat het in Nederland meestal regent en die representatief op zijn/haar werk moet komen, van mening zijn niet met de fiets te kunnen reizen.

Les 10

Mensen hebben centrale en minder centrale attitudes, die te maken hebben met hun interne waardenhiërarchie. Wanneer een bepaald gedrag volgens de ene attitude gewenst is en volgens een andere attitude ongewenst, zal de meest centrale attitude de overhand krijgen (McGuire 1985).

Indien men de schadelijke milieueffecten van veelvuldig autogebruik wel bezwaarlijk vindt, maar men de onafhankelijkheid, snelheid, privacy en het comfort van de auto heel erg belangrijk vindt, zal men niet snel geneigd zijn 'alleen maar vanwege het milieu' het autogebruik te beperken.

Uit deze tien 'onderzoeklessen' blijkt dat de neiging van mensen om bestaand gedrag te handhaven sterk is. Waarneming en gedragsbeoordeling zijn vaak vertekend en ondersteunen gedragscontinuïteit. Het feit dat gedrag niet op zichzelf staat, maar onderdeel uitmaakt van gedragspatronen en plaats vindt binnen sociale contexten, vormt een extra complicerende factor bij gedragsbeïnvloeding.

Een andere conclusie uit het onderzoek is dat mensen zelf vaak onvoldoende bewust zijn van wat hen beweegt. De verklaringen die mensen erop na houden voor hun eigen gedrag, worden vaker achteraf geconstrueerd dan dat ze de werkelijke motor voor het gedrag zijn geweest (Holland, Meertens en Van Vugt 1997). Het beeld van de weggebruiker als een calculerend wezen is daarom slechts in zeer beperkte mate juist (Wildervanck en Tertoolen 1997).

De in deze paragraaf beschreven gedragsmechanismen komen uit onderzoek vaak naar voren als *remmende* factoren voor gedragsbeïnvloeding. Dat komt vooral omdat onderzoek veel gebruikt wordt om *achteraf* te verklaren waarom een bepaalde beleidsmaatregel niet gewerkt heeft. Een zorgvuldige analyse van gedrag *voorafgaand* aan de invoering van beleid, stelt ons echter in staat maatregelen te ontwerpen die het effect van de mechanismen verkleinen of juist van dezelfde mechanismen gebruikmaken om de effectiviteit van beleid te vergroten. De volgende paragraaf biedt daarvoor een handreiking.

4 Een model voor gedragsbeïnvloeding

Vervoersgedrag blijkt gecompliceerder dan het model van *weloverwogen gedrag* (zie figuur 1) doet ver-

moeden. We onderscheiden daarom naast weloverwogen gedrag nog twee andere gedragstypen, te weten: *impulsgedrag* en *gewoontegedrag*. In tegenstelling tot weloverwogen gedrag kunnen mensen voor de laatste twee typen gedrag niet een-twee-drie een verklaring geven als hen dat gevraagd wordt.

Bij impulsgedrag komt dit omdat de motieven niet altijd rationeel klinken. Men handelt instinctief ('vuur betekent gevaar, ook al blijkt misschien later dat er geen sprake was van acute dreiging') of men handelt vanuit diepere drijfveren ('autorijden betekent identificatie met het voertuig en geeft dus gevoelens van macht'). Verklaringen zoeken voor impulsgedrag kan mensen dwingen tot het maken van 'rationalisaties', die vervolgens weinig geloofwaardig overkomen; 'smoezen' dus (Holland, Meertens en Van Vugt 1997).

Gewoontegedrag valt niet een-twee-drie te verklaren, omdat de feitelijke motivatie van het gedrag (ver) in het verleden ligt. Het gedrag is bij herhaling vertoond en op basis hiervan valt wel te voorspellen *dat* het gedrag in de toekomst weer zal plaatsvinden, maar niet op rationele gronden te verklaren *waarom* het gedrag vertoond wordt (Verplanken e.a. 1994). Men handelde immers altijd al zo, dus waarom zou men anders gaan handelen? Niet al te ingrijpende veranderingen in de fysieke omgeving worden niet eens meer waargenomen (Wildervanck en Tertoolen 1997).

Het onderscheid tussen de genoemde drie soorten gedrag (weloverwogen gedrag, impuls- en gewoontegedrag) is analytisch van aard. In de praktijk heeft gedrag vaak aspecten van deze verschillende typen in zich.

Overwegingen om het juiste gedragstype te bepalen

Bij een keuze uit één van de drie gedragstypen kunnen de volgende overwegingen gebruikt worden:

- * Beoordelen de mensen min of meer bewust de opbrengst van het gedrag? Doen ze dat van tevoren al? Zo ja, dan is het beredeneerd gedrag.
- * Komt het gedrag regelmatig voor, in dezelfde situatie, op hetzelfde tijdstip? Zo ja, dan kan er sprake zijn van gewoontegedrag.
- * Zijn mensen in staat hun gedrag te verklaren? Ligt de verklaring in het heden (beredeneerd gedrag), in het verleden (gewoontegedrag) of gaat het om een rationalisatie achteraf, hetgeen

meestal blijkt uit het feit dat hun verklaring niet overtuigend is (impulsgedrag)?

In het algemeen geldt dat belangrijke behoeften en beoordeling voor- en achteraf wijzen op *beredeneerd* gedrag. Regelmaat en uitsluitend beoordeling *achteraf* verwijst naar *gewoontegedrag*. Het ontbreken van een expliciet te verwoorden behoefte en van een expliciete evaluatie van de opbrengst duidt ten slotte op *impuls*gedrag.

Alle drie gedragstypen zijn even functioneel

Het is van essentieel belang ons goed te realiseren dat elk van de onderscheiden gedragstypen even *functioneel* zijn. Dat mensen zelf geen goede redenen voor hun gedrag aan kunnen geven, wil niet zeggen dat die redenen er niet zijn. Vanuit een buitenstaandersperspectief zijn ze namelijk zeer goed aan te geven. Om de functionaliteit van gewoontegedrag te begrijpen, moeten we bij voorbeeld nagaan op welk moment en in welke situatie dat gedrag ontstaan is. Ook impulsgedrag dient een zeker doel, ook al moeten we soms terug tot het stenen tijdperk ('jagersinstincten') of naar de dierenwereld ('territoriumdrift') om dat doel vast te kunnen stellen. Daarom is de gouden regel bij gedragsanalyse: 'Elk gedrag is functioneel of is dat vroeger ooit geweest'.

Het onderschrijven van deze regel betekent automatisch dat een beleidsmaker zijn doelgroep serieus dient te nemen. Het beleid dient geen objectieve waarheid, maar heeft te maken met subjectieve werkelijkheden, waarin argumenten van automobilisten in essentie even waardevol zijn als de werkelijkheden van beleidsmakers. De vraag rijst of de campagne 'De auto kan best een dagje zonder u' (zie Tertoolen 1995), waarin de verstokte automobilist wordt voorgespiegeld als een zielig individu met een dwangmatige neiging de auto te gebruiken, aan deze gouden regel tegemoetkomt.

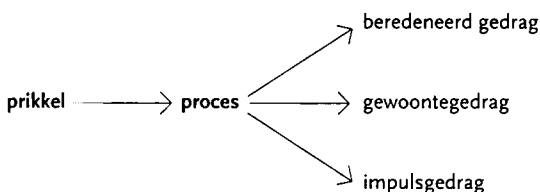
Kort samengevat is de functionaliteit van beredeneerd gedrag: het bereiken van een doel (intentionaliteit). Gewoontegedrag staat voor de efficiëntste (lees: gemakkelijkste) manier om iets te doen en impulsgedrag dient onderliggende, onbewuste behoeften. Impulsgedrag kan voortvloeien uit biologische instincten (bij gevaar hard weglopen), maar ook uit in onze cultuur sterk beleefde waarden. Met name vrijheidsdrang en onze behoefte aan individualiteit

kunnen in dat verband genoemd worden. Ten slotte kan impulsgedrag voortkomen uit maatschappelijk niet 'erkende' behoeften, die onderdrukt worden en dan in het verkeer een uitlaatklep vinden (zoals bij voorbeeld agressie).

Andere aspecten van de gedragstypen

Van elk van de gedragstypen zullen we nu nog enkele andere aspecten beschrijven. Naast de functionaliteit, die hiervoor al aan de orde gekomen is, zijn dat de *prikkel* die het gedrag op gang brengt, de aard van het *proces* tussen prikkel en gedrag en de best passende *beleidsstrategie*. Het denkmodel dat we hierbij hanteren, is in figuur 2 weergegeven. Het model is ontleend aan de bekende terminologie uit de systeemleer: *input* (prikkel), *throughput* (proces) en *output* (gedrag).

Figuur 2: Het 'prikkel proces gedrag'-model



De *prikkel* oftewel stimulus die het gedrag in een concrete context op gang brengt, is bij gewoontegedrag het gemakkelijkst na te gaan. Als iemand elke dag exact hetzelfde gedragspatroon vertoont, zouden we de wekker die 's ochtends afgaat als prikkel kunnen beschouwen. Vanaf dat moment ontrolt de dag zich volgens een vast patroon en een vast ritme. Wanneer de wekker een keer stuk is, blijken de meeste mensen nog een interne klok te bezitten, die hen aanzet wakker te worden en aan hun dag te beginnen.

Wanneer het gedragspatroon minder vast is en iemand soms met de auto, soms met de fiets naar het werk gaat, is het zaak te analyseren *op welk moment* de keuze tussen deze twee vervoerswijzen gemaakt wordt en *wat* op dat moment de prikkel is die de richting van het gedrag bepaalt. Denkbaar is bij voorbeeld dat het lezen van het weerbericht in de krant die functie heeft. Het bewustzijnsniveau waarmee de prikkel wordt waargenomen is bij gewoontegedrag laag.

Bij impulsgedrag is de concrete prikkel relatief eenvoudig te bepalen. Meestal is het een zintuiglijke ervaring die zich in de tijd vlak vóór het gedrag afspeelt. Voorbeeld: het verkeerslicht springt op oranje en meteen druk je het gaspedaal in. In dit geval is het oranje verkeerslicht de prikkel (maar niet de oorzaak) voor het gedrag. Ook hier is men zich vaak nauwelijks bewust van de prikkel. Een ander voorbeeld waar de prikkel bewuster beleefd wordt, maar de reactie toch 'automatisch' volgt: op een smalle weg een tegenligger aan zien komen en instinctief naar rechts uitwijken. Met name in Engeland kan dat lastige consequenties hebben.

Bij beredeneerd gedrag is de prikkel een zintuiglijke ervaring die veel bewuster geregistreerd wordt. Na de waarneming van een bepaalde situatie, volgt de beoordeling ervan in het licht van de eigen doelen. Vervolgens worden alternatieve gedragsmogelijkheden overwogen, wordt een voorspelling gedaan van de mogelijke uitkomsten en komt na een en ander afgewogen te hebben een gedragskeuze tot stand. Als voorbeeld: we zien op de snelweg in de verte de remlichten van auto's aangaan en weten daarmee dat er een file staat. In een flits gaan we na of er nog een mogelijkheid is deze file te ontlopen door via een afslag een binnenweg te nemen. Daarbij wegen we af of dat werkelijk tot een snellere reistijd zal leiden en besluiten al dan niet de afslag te nemen.

Het proces van prikkel tot gedrag

Daarmee komen we op het volgende aspect waarop de drie gedragstypen beschreven kunnen worden, namelijk het *proces* dat zich afspeelt tussen prikkel en gedrag. Bij beredeneerd gedrag is dit proces hierboven al gekenschetst. Bij gewoontegedrag is een belangrijk kenmerk van het proces dat een bepaalde situatie vergeleken wordt met een intern beeld. Als de externe situatie aan de verwachting voldoet, volgt zonder meer (zonder nadenken) het gewoontegedrag. Een doorgewinterde treinforens zal, staande op het perron, haast automatisch in de trein stappen die net aangekomen is, tenzij de situatie op de een of andere manier afwijkt van wat gebruikelijk (en vertrouwd) is. Als er bij voorbeeld veel meer mensen dan normaal op het perron staan, of de trein van een ander type is, wordt overgestapt op de cyclus van beredeneerd gedrag.

Impulsgedrag kent een totaal ander proces. Eer-

der gaven we al aan dat het gedrag relatief snel op de prikkel volgt. Daarnaast zit er ook een element van onafwendbaarheid in het gedrag. Omdat het bewustzijn bij instinctief gedrag geen rol speelt en er dus geen afwegingen of keuzes gemaakt worden, volgt het gedrag vrijwel automatisch de prikkel, tenzij externe omstandigheden dat verhinderen. De aanwezigheid van een politieagent bij een kruising zorgt er bij voorbeeld voor dat de instinctieve reactie om bij oranje het gaspedaal in te trappen, onderdrukt wordt.

Beleidsstrategieën

Het laatste aspect van de drie gedragstypen dat we hier bespreken, is de best passende *beleidsstrategie*. Bij beredeneerd gedrag zijn de mogelijkheden: het aanbieden van alternatieve gedragsmogelijkheden, het beïnvloeden van de belangen op grond waarvan alternatieven afgewogen worden of het onderhandelen met de weggebruiker. De invoering van rekenrijden is een voorbeeld van het beïnvloeden van de belangen. Door een bepaalde gedragsoptie duurder te maken, worden andere opties aantrekkelijker, tenzij het financiële aspect voor de betreffende weggebruiker een ondergeschikt belang vertegenwoordigt.

Op gewoontegedrag kan gereageerd worden door de prikkel weg te nemen, waardoor de automatische piloot niet meer geactiveerd wordt, door de context waarin de prikkel optreedt te beïnvloeden (bij voorbeeld een trein op een ander perron binnen laten lopen), waardoor diezelfde automatische piloot in verwarring gebracht wordt of door de evaluatie van het gedrag zodanig te beïnvloeden dat er een negatief oordeel ontstaat. Een voorbeeld van dat laatste is het plotseling invoeren van betaald parkeren in wijken rondom het stadscentrum. Met name het plotselinge karakter van zo'n ingreep leidt ertoe dat veel mensen hun gewoonte om met de auto te komen in eerste instantie zullen voortzetten en dan opeens geconfronteerd worden met een totaal andere kosten-batenverhouding. Deze 'schok' dwingt hen hun gewoontegedrag opnieuw te bekijken en alternatieven te overwegen (Wildervanck en Tertoolen 1997). Een geleidelijke invoering van dezelfde maatregel zou dat effect niet hebben.

Bij impulsgedrag kan geprobeerd worden de prikkel die het gedrag 'veroorzaakt' weg te nemen, kan een andere prikkel aangeboden worden die al-

Tabel 1: Kenmerken van verschillende gedragstypen

Gedragstype	Impulsgedrag	Gewoontegedrag	Beredeneerd gedrag
<i>Functionaliteit</i>	Vervult onderliggende behoefte	Vergroot gedragsefficiëntie	Bevordert doelbereiking
<i>Prikkel</i>	Zintuiglijke ervaring vlak vóór gedrag	Regelmatig terugkerende, zintuiglijke ervaring	Bewuste zintuiglijke ervaring
<i>Proceskenmerken</i>	Prikkel leidt snel en onafwendbaar tot gedrag tenzij externe omstandigheden dat verhinderen	Zolang de situatie als standaard waargenomen wordt, volgt standaardgedrag	Waarneming situatie, beoordeling, overwegen alternatieven, voorspellen mogelijke uitkomsten, afwegen, keuzen maken
<i>Beleidsstrategie</i>	Prikkel wegnemen, alternatieve prikkel bieden, gevolgen beperken	Prikkel wegnemen, context beïnvloeden, achteraf-evaluatie beïnvloeden	Alternatieven aanbieden, belangen wijzigen, onderhandelen

ternatief gedrag oproept of kan geprobeerd worden de (negatieve) gevolgen van het min of meer instinctieve gedrag te beperken. Als voorbeeld: wanneer een smalle weg overgaat in een brede weg, gaan de meeste automobilisten 'onwillekeurig' harder rijden. Het letterlijk (prikkel wegnemen) of visueel (alternatieve prikkel aanbieden) versmallen van de weg is hierop een adequaat antwoord.

Tabel 1 geeft in een notendop de besproken kenmerken van de verschillende gedragstypen nogmaals weer.

5 Slot

Als we het hier gepresenteerde 'prikkel proces gedrag'-model vergelijken met het klassieke model van weloverwogen gedrag dat in paragraaf 2 besproken is, kunnen we concluderen dat de beleidsstrategie 'overdragen van kennis' (passend bij de opvoedende moederrol van de overheid) alleen bij beredeneerd

gedrag effectief kan zijn. Impulsgedrag trekt zich helemaal niets van kennisoverdracht aan, terwijl dat bij gewoontegedrag alleen zinvol is in afwijkende situaties of bij tegenvallende resultaten.

Het 'prikkel proces gedrag'-model dwingt tot breder begrip van menselijk gedrag. Daarmee komen ook nieuwe beleidsstrategieën als mogelijk alternatief naar voren. We denken bij voorbeeld aan het actief beïnvloeden van waarneming, het toevoegen van belangen en het aanbieden van een onderhandelingsituatie. Dergelijke strategieën zijn in de marketing gemeengoed en zullen, gegeven de toegenomen partnerrol van de overheid, waarbij zij slechts één van de (vele) spelers op het veld is, ook tot het standaardinstrumentarium van de overheid moeten gaan behoren. Beleidsontwikkeling in termen van markt en consument, kan wetgeving, subsidiëring en algemene voorlichting niet vervangen, maar vormt wel een zinvolle aanvulling, zeker op het complexe terrein van het verkeers- en vervoersbeleid.

Aarts, H.A.G., 1996, *Habits and decision making. The case of travel mode choice*. Ridderkerk.

Noten

1 Dit gedragsmodel, alsmede specifieke toepassingen hiervan in de beleidspraktijk, wordt ontwikkeld in opdracht van het ministerie van Verkeer en Waterstaat in het kader van de *Beleidsvisie Mobiliteit en Gedrag*. Doel van deze beleidsvisie is de beleidsmakers van Verkeer en Waterstaat in hun dagelijks werk meer mogelijkheden te bieden met de 'gedragskant' rekening te houden.

2 De onderscheiding van de drie rollen loopt parallel met de drie soorten sociale controle die Klamer en Van Staveren (Komter 1997) onderscheiden: dwang, zich uitend in een bevel; solidariteit, zich uitend in geven; en eigenbelang, zich uitend in ruil.

3 Wel is het speelveld van de automobilist wettelijk ingekaderd (maximum snelheid, milieueisen enzovoort). Binnen deze grenzen is de speelruimte voor de automobilist nog steeds groot.

4 In het beeld van het Directoraat-Generaal voor het Personenvervoer van het ministerie van Verkeer en Waterstaat heeft marktwerking inmiddels een centrale plaats gekregen, hetgeen onder meer blijkt uit de recent doorgevoerde reorganisatie. Er is een Directie Mobiliteitsmarkt gevormd met als afdelingen onder meer: Consument en Mobiliteit, en Marktordening.

Literatuur

Ajzen, I. en Fishbein, M., 1980, *Understanding attitudes and predicting social behaviour*. Englewood Cliffs.

Ajzen, I. en Madden, T.J., 1986, 'Prediction of goal-directed behavior: Attitudes, intentions, and perceived behavioral control'. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22: 453-474.

Aronson, E., 1995, *The social animal*. New York.

Bamberg, S. en Schmidt, P., 1993, 'Verkehrsmittelwahl: Eine Anwendung der Theorie geplanten Verhaltens'. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 25-37.

Batenburg, R.S. en Knulst, W.P., 1993, *Sociaal-culturele be- weegredenen: Onderzoek naar de invloed van veranderende leefpatronen op de mobiliteitsgroei sinds de jaren zeventig*. Rijswijk.

Brehm, S.S. en Brehm, J.W., 1981, *Psychological reactance: A theory of freedom and control*. New York.

Cialdini, R.B., Kallgren, C.A. en Reno, R.R., 1991, 'A focus of normative conduct: A theoretical refinement and reevaluation of the role of norms in human behavior'. In: L. Berkowitz (red.), *Advances in Experimental Social Psychology*, 24: 201-234.

Cooper, J. en Fazio, R.H., 1984, 'A new look at dissonance theory'. In: L. Berkowitz (red.), *Advances in Experimental Social Psychology*, 17: 229-266.

Denters, B. en Geurts, P., 1993, 'Aspects of political alienation: An exploration of their differential origins and effects'. *Acta Politica*, 12 (4) 445-469.

Eck, K. van, Meurs, H. en Jager, J., 1991, 'De auto is wel makkelijk'. In: P.T. Tanja (red.), *Colloquium: Vervoersplannologisch Speurwerk*, 1991: *De prijs van mobiliteit en van mobiliteitsbeperking*. Delft, pp. 573-586.

Heine, W., 1995, 'Warum wird das Auto benutzt? Verkehrsmittelwahlverhalten aus umweltpsychologischer Sicht'. *Inter-*

nationales Verkehrswesen, 47, 6: 370-377.

Holland, R., Meertens, R. en Vugt, M. van, 1997, 'Baat het niet, dan schaadt het niet?' *Invloed van het aanbieden van informatie op processen van zelfrechtvaardiging bij automobilisten*. Rijksuniversiteit Limburg, Vakgroep gvo.

Komter, A., 1997, *Het geschenk: Over de verschillende betekenissen van het geven*. Amsterdam.

Lange, P.A.M. van, 1991, 'Being better but not smarter than others: The Muhammad Ali effect at work in interpersonal situations'. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17: 690-694.

McGuire, W.J., 1985, 'Attitudes and attitude change'. In: Lindzey, G. en Aronson, E. (res.), *Handbook of social psychology*, II, *Special fields and applications*. New York, pp. 233-346.

Rooijers, A.J. en Welles, H., 1996, *Gewoonte de baas*. Haren.

Seligman, M.E.P., 1975, *Helplessness: On depression, development and death*. San Francisco.

Steele, C.M., 1988, 'The psychology of self-affirmation: Sustaining the integrity of the self'. In: L. Berkowitz (red.), *Advances in Experimental Social Psychology*, 21: 261-302.

Steg, E.M., 1991, *Er leiden vele wegen naar Rome: Vermindering van het autogebruik door middel van gedragsbeïnvloeding*. Haren.

Steg, E.M., 1996, *Gedragsverandering ter vermindering van het autogebruik: Theoretische analyse en empirische studie over probleembesef, verminderingsbereidheid en beoordeling van beleidsmaatregelen*. Ridderkerk.

Steg, E.M. en Tertoolen, G., 1995, 'Sleutelen aan gedrag'. *Verkeerskunde*, 11: 32-35.

svv-Ild., 1990, *Regeringsbeslissing: Verkeer en vervoer in een duurzame samenleving*. Tweede Kamer, vergaderjaar 1989-

1990, nrs. 15-16.

Tertoolen, G., 1994a, *Uit eigen beweging?! Een veldexperiment over beïnvloedingspogingen van het autogebruik en de daardoor opgeroepen psychologische weerstanden*. Proefschrift, Universiteit Utrecht.

Tertoolen, G., 1994b, *Free to move?! A field experiment on attempts to influence private car use and the psychological resistance it evokes. A policy oriented report*. NOP-rapport nr. 850013, Bilt-hoven.

Tertoolen, G., 1995, 'Overheidsvoorlichting: Heeft de ontvan-ger er wel boodschap aan? Een onderzoek naar informatiever-werking bij twee Nederlandse massamediale voorlichtings-campagnes'. *Communicatie*, 24, 4: 31-43.

Tertoolen, G. en Krevelde, D. van, 1995, 'De schadelijke bijwer-kingen van voorlichting: Overheidscampagnes ter discussie'. *Beleid & Maatschappij*, 5: 296-303.

Tertoolen, G. en Steg, L., 1996, 'Gedrag en techniek in de mo-biliteitsproblematiek'. In: F.J.J.M. Steyvers en P.C. Noordzij

(red.), *Gedragsbeïnvloeding versus techniek in het verkeer*. Haren, pp. 21-27.

Traffic Test, 1996, *Waardenoriëntaties en voorlichting: Verslag van een veldexperiment*. 1196-34.

Verplanken, B., Aarts, H., Knippenberg, A. van en Knippen-berg, C. van, 1994, 'Attitude vs general habit: Antecedents of travel mode choice'. *Journal of Applied Social Psychology*, 24: 285-300.

Vugt, M. van, 1996, *Social dilemma's and transportation deci-sions*. Southampton.

Weggemans, T.J., 1990, 'Gemeenten in beweging'. *Politieke en Sociale Vorming*, 1: 4-6.

Wildervanck, C., 1990, 'De irrationele reiziger'. *Verkeerskunde*, 11: 522-526.

Wildervanck, C. en Tertoolen, G., 1997, 'Autogebruik te stu-ren?'. *Verkeerskunde*, 1: 18-21.