



Alles wat je aandacht geeft groeit
“Nieuwe mediacommunicatie & Maakbaarheid”

University of Applied Sciences



**VAN HALL
LARENSTEIN**
PART OF WAGENINGEN UR

Iedere strategie is een online strategie

- 2,5 miljard internetgebruikers
- 150 miljoen e-mails per dag 1736 per seconde
- 61% van mails geclacificeerd als niet essentieel
- 2,4 gebruiken e-mail WW
- 5 miljard mobile telefoons 1,1 miljard. daarvan is een smartphone
- 1 miljard actieve facebook gebruikers
- Gem. Leeftijd 40,5 w.v. 47% vrouw
- 1,2 biljoen zoekopdrachten in Google in 2012
- 175 miljoen dagelijkse Tweets
- 123 staatshoofden hebben een Twitter account
- Four more years, Barack Obama 820.000 retweets in 1 uur

Bestuurbaar en maakbaar (1970)

- Theory of Reasoned Action, Fishbain 1967
- Theory of Planned Behavior, Ajzen 1988

Evaluation of behavioural outcome, waarbij de attitude centraal stond heeft geleid tot het huidige model van:

- Kennis, cognitieve aspecten
- Houding, attitude
- Gedrag, Aktie



Fase 1: Analyseren

Wat is de uitdaging?

1. Beleidsanalyse



Huidige situatie

Wat is het probleem en bij wie?



Huidige gedrag



Gewenste situatie

Wat is het doel en de doelgroep?



Gewenste gedrag

2. Omgevingsanalyse



Fysieke omgeving

Wat beïnvloedt het gedrag?



Sociale omgeving

Wie beïnvloedt het gedrag?

3. Gedragsanalyse



Gedragsdeterminanten

Welke determinanten beïnvloeden het gedrag?



Bewuste determinanten



Onbewuste determinanten

4. Ontvankelijkheid

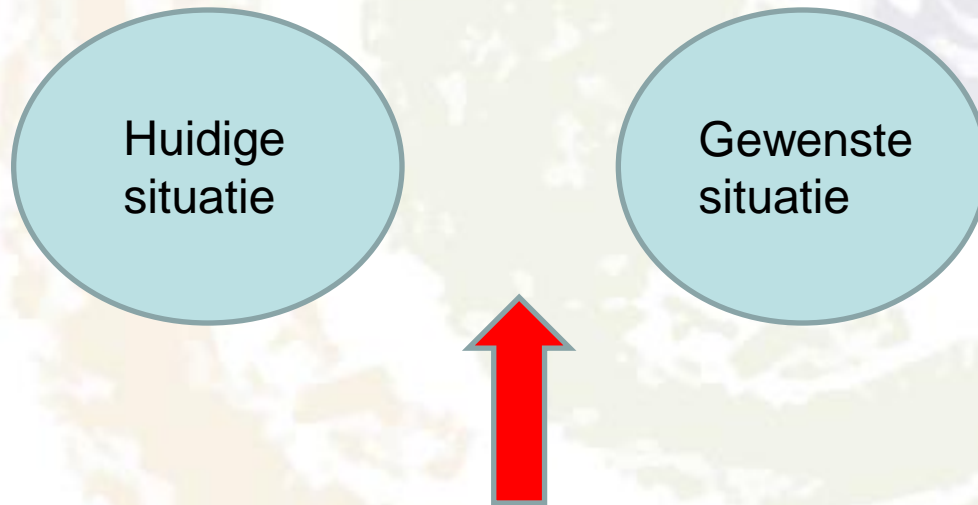


Onderwerp: relevantie, voorkennis, weerstand?

Moment: tijd en motivatie om te verwerken?

Ethisch probleem?

Het is maar aan wie je het vraagt



Normatieve kloof

Online, ondemand, on a string...

- Wat weten onze studenten...
- Cultuurbesef
- Maatschappelijk betrokken
- Politieke supermarkt
- Wat het dicht bij staat is vertrouwd
- Weten we eigenlijk zelf wel wie we zijn
- *Beredeneerde* actie of *gepland* gedrag
- Vrije wil of online gestuurd
- Big data, data warehousing, data mining

Vooruit en achteruit

Factor tijd. Hoe was het vroeger, hoe is het nu en gelet op wat we weten wat kunnen we verwachten.

Cultuur historisch perspectief. Langs welke weg heeft zich het probleem ontwikkeld en welke factoren zijn daarin dominant.

Reframing. Hoe definieer je het probleem vanuit een andere invalshoek.

Zoeken naar win win. Wat is in de toekomst voor alle partijen goed.

Erkennen van gemeenschappelijke belangen. Het overeenkomen van belangen die beide nodig hebben om verder te komen.

Probeer het zelf

1. **Factor tijd.** Hoe ernstig is het probleem
2. **Cultuur historisch perspectief.** Begripvol
3. **Reframing.** herdefinitie
4. **Zoeken naar win win.** Wanneer zijn wij blij
5. **Erkennen van gemeenschappelijke belangen.** We moeten ook samen verder in een gemeenschappelijke toekomst