

WAT?

Mensen uit de doelgroep en experts delen via media hun eigen verhaal over hoe zij hun gedrag veranderden, om zo anderen aan te moedigen hetzelfde te doen.

VOORBEELD

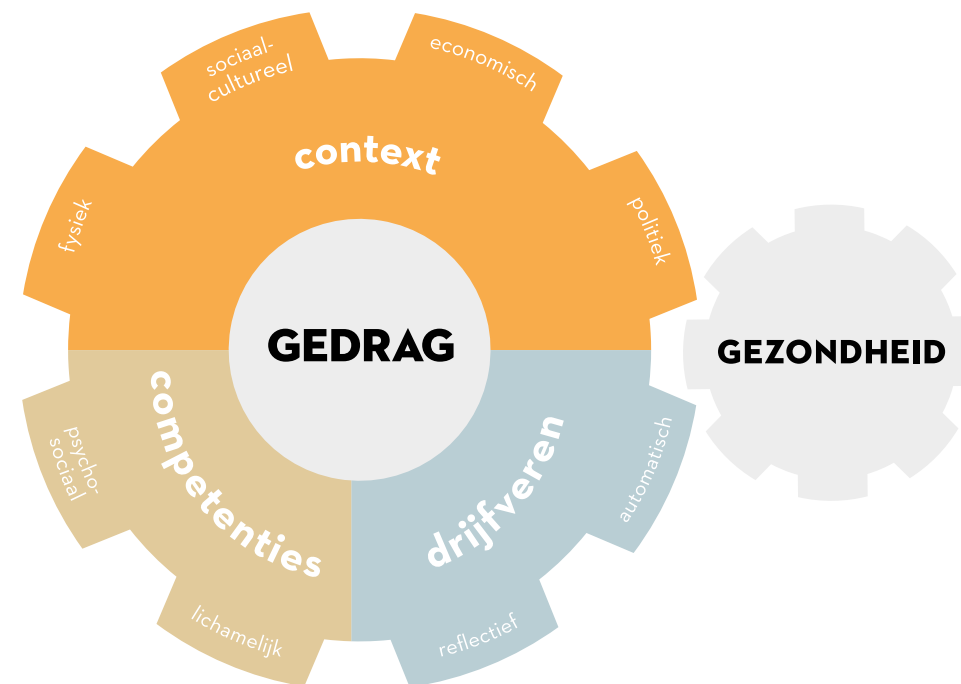
Voor een preventiecampagne over slaap worden jongeren geïnterviewd die gestopt zijn met het drinken van energiedranken. Hun verhalen en ervaringen worden verwerkt in een filmpje dat via sociale media wordt verspreid om andere jongeren te bereiken.

Een buurtbewoner deelt in het maandelijkse wijkblad hoe hij succesvol gestopt is met roken, en hoopt daarmee andere rokers in de buurt te inspireren om ook te kappen met de sigaret.

SPEELT IN OP DEZE GEDRAGSDETERMINANTEN:

reflectieve **drijfveren** sociaal-culturele **context**

Gedragsjournalistiek speelt via verhalen van rolmodellen in op de **attitudes**, **uitkomstverwachting** en **intenties** van andere individuen. Wanneer mensen zien hoe anderen succesvol hun gedrag hebben veranderd, kan dit hen gemakkelijker motiveren om hetzelfde te doen, waardoor hun **eigen-effectiviteit** wordt versterkt. Door verhalen van lotgenoten te horen, wordt ook een positieve **sociale norm** versterkt en de **sociale steun** vergroot, waardoor de doelgroep zich meer ondersteund voelt in het aanpassen van hun gedrag. Ook **culturele gebruiken** kunnen beïnvloed of net bekrachtigd worden via gedragsjournalistiek.



WANNEER WERKT HET?

Gedragsjournalistiek werkt als geschikte rolmodellen uit de doelgroep laten zien hoe hun gedragsverandering tot een positieve uitkomst leidde. De media moeten daarbij toegankelijk en vertrouwd zijn voor de doelgroep. Voldoende sociale steun is cruciaal om het gedrag vol te houden. Tot slot helpt het als mensen gemotiveerd zijn om zich te herkennen in de gedeelde verhalen.