



## **GEZONDHEID IN BEELD** vanuit voorlichtingskundig perspectief

Een analyse van voorlichtingskundige elementen van verhaallijnen die gezonde seksualiteit representeren in Nederlandse soap- en dramaseries

Deelrapport 4

Augustus 2004

**Universiteit Maastricht – Capaciteitsgroep Gezondheidsvoorlichting**  
Dr. Marjan Nijkamp & Rob Dokter

**Bouman E&E Development**  
Dr. Martine Bouman

ISBN: 90-806729-8-X

# GEZONDHEID IN BEELD

## vanuit voorlichtingskundig perspectief

Een analyse van voorlichtingskundige elementen van verhaallijnen die gezonde seksualiteit representeren in Nederlandse soap- en dramaseries

Auteurs:

Dr. Marjan Nijkamp, postdoc capaciteitsgroep Gezondheidsvoorlichting  
Universiteit Maastricht

Rob Dokter, studentonderzoeker-assistent capaciteitsgroep  
Gezondheidsvoorlichting Universiteit Maastricht

In opdracht van en onder externe begeleiding van Dr. Martine Bouman,  
Bouman E&E Development

Augustus 2004

## Samenvatting

Het voorlichtingskundig perspectief is één van de invalshoeken die onderzocht is bij het project Gezondheid in Beeld. Bij dit deelonderzoek is de voorlichtingskundige inhoud en potentie van 14 dramalijnen in kaart gebracht. De onderzoeksvraagstelling luidde: *“Hoe zijn de voorlichtingsboodschappen ten aanzien van gezonde seksualiteit binnen de series Goede tijden, Slechte tijden, Onderweg naar morgen, Costa! en Najib en Julia vormgegeven en waar liggen mogelijke verbeterpunten vanuit voorlichtingskundig perspectief?”*.

De 14 geselecteerde dramalijnen zijn geanalyseerd aan de hand van een analyseformulier dat is opgesteld aan de hand van verschillende sociaal-psychologische theorieën, namelijk het Transtheoretisch model van Prochaska en DiClemente, het Precaution-Adoption model van Weinstein, het Persuasion Communication model van McGuire, de Sociaal Cognitieve theorie van Bandura en het Elaboration Likelihood Model van Petty en Cacioppo.

Per dramalijn is aangegeven welke voorlichtingskundige elementen aanwezig zijn: of er sprake is van kennisoverdracht, risicocommunicatie, attitudevorming, sociale invloed of eigen-effectiviteit. Deze vormen van methodische informatieoverdracht zijn ter operationalisatie opgedeeld in subvormen. Tenslotte werd gekeken welke additionele mogelijkheden de verhaallijnen bevatten voor het plaatsen van een voorlichtingsboodschap vanuit voorlichtingskundig perspectief.

Uit de analyse bleek dat de aanwezige voorlichtingsboodschappen in de geanalyseerde soaps van wisselende kwaliteit zijn. In veel gevallen wordt een voorlichtingsboodschap in een soap gerepresenteerd door middel van socratische kennisoverdracht, het wegnemen van onjuiste veronderstellingen, het zichtbaar maken van de sociale norm en het tonen van weerbaarheid. Met name op het gebied van risicocommunicatie liggen er binnen de onderzochte soap- en dramaserieën nog additionele mogelijkheden.

## Inhoudsopgave

<b>Inleiding .....</b>	<b>5</b>
<b>Hoofdstuk 1. Het voorlichtingskundig perspectief.....</b>	<b>8</b>
1.1 <i>Trans theoretisch model .....</i>	8
1.2 <i>Precaution adoption model .....</i>	8
1.3 <i>Persuasion Communication model .....</i>	9
1.4 <i>Sociaal cognitieve theorie .....</i>	10
1.5 <i>Elaboration Likelihood Model (ELM) .....</i>	11
<b>Hoofdstuk 2. Van theorie naar praktische methodieken.....</b>	<b>12</b>
2.1 <i>Vijf vormen van methodische informatieoverdracht .....</i>	12
2.2 <i>Van theorie naar voorlichting .....</i>	13
<b>Hoofdstuk 3. Methoden.....</b>	<b>15</b>
3.1 <i>Formulier ontwikkeling en Pilotstudy .....</i>	15
3.2 <i>Methoden Eerste Analyse.....</i>	16
3.3 <i>Methoden tweede Analyse.....</i>	17
<b>Hoofdstuk 4. Resultaten .....</b>	<b>18</b>
4.1 <i>Aanwezige vormen van methodische informatieoverdracht per verhaallijn .....</i>	18
4.2 <i>Mogelijkheden per vorm van methodische informatieoverdracht .....</i>	20
4.3 <i>Verbetermogelijkheden per verhaallijn.....</i>	21
<b>Hoofdstuk 5. Conclusie .....</b>	<b>23</b>
5.1 <i>Algemene conclusie.....</i>	23
5.2 <i>Kanttekeningen vanuit gezondheidskundig perspectief .....</i>	23
<b>Referenties.....</b>	<b>26</b>

## Inleiding

Het bewust en planmatig gebruik maken van populaire media ten behoeve van voorlichting en sociale verandering wordt binnen de communicatiewetenschap aangeduid met het begrip Entertainment Education (E&E) (Bouman, 1999). De overall doelstelling van het project "Gezondheid in beeld" is het ontwikkelen van een gezamenlijk E&E referentiekader van gezondheids- en mediaprofessionals. Het doel hiervan is een meer optimale (zowel dramatechnisch als voorlichtingskundig) audiovisuele representatie van gezonde leefstijl in Nederlandse soap- en dramaseries te realiseren en hierdoor op langere termijn een bijdrage te leveren aan gezonde identificatie mogelijkheden voor jongeren ten aanzien van gezond gedrag ([www.zonmw.nl](http://www.zonmw.nl)).

In het project "Gezondheid in beeld" wordt onderzocht op welke wijze gezonde leefstijl wordt ge(re)presenteerd in huidige Nederlandse populaire jongerenprogramma's (soap- en dramaseries). Als speerpunt is hierbij gekozen voor het leefstijlthema seksualiteit. Door Bouman E&E Development zijn aan de hand van specifieke selectiecriteria afleveringen van vier verschillende Nederlandstalige soap- en dramaseries opgenomen en op inhoud, vorm en dramalijn ten aanzien van seksualiteit geanalyseerd. De gevonden dramalijnen en beeldfragmenten zijn vervolgens tegen het licht gehouden van zowel dramatechnische als voorlichtingskundige principes. Tevens is onderzocht hoe de doelgroep (jongeren tussen 13 en 19 jaar) naar deze verhaallijnen kijkt. Deze drie perspectieven vormen samen de basis voor het E&E referentiekader. De veertien geselecteerde verhaallijnen zijn te bekijken middels de bij de rapporten gevoegde DVD.

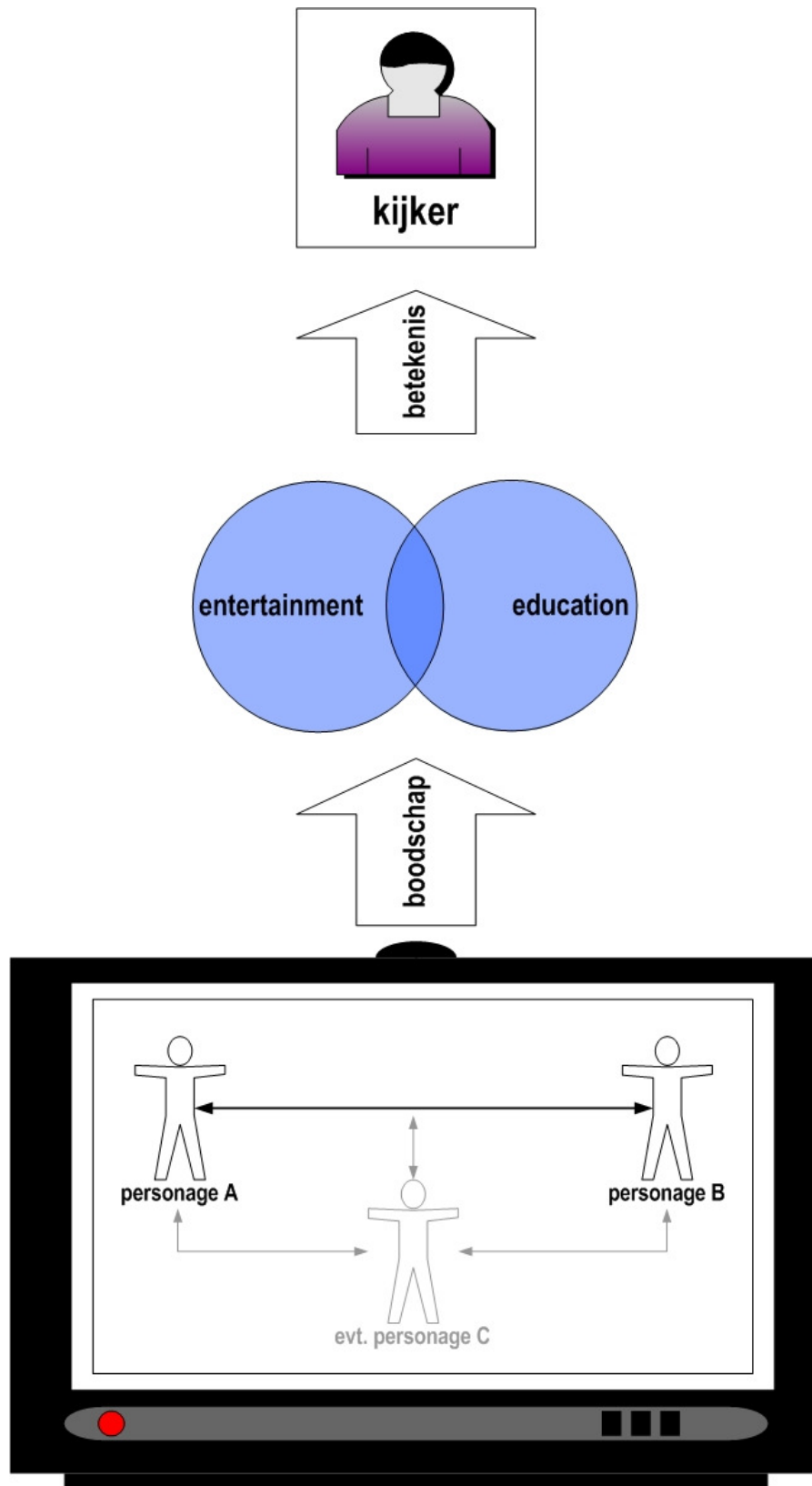
### **Deelproject 'Gezondheid in Beeld' vanuit voorlichtingskundig perspectief**

Dit rapport beschrijft het voorlichtingskundige perspectief van het project "Gezondheid in beeld". Bij dit deelonderzoek is de voorlichtingskundige potentie van de 14 dramalijnen in kaart gebracht.

De vraagstelling van dit deelonderzoek is "Hoe zien de voorlichtingsboodschappen ten aanzien van gezonde seksualiteit binnen de series 'Costa!', 'Onderweg naar morgen', 'Goede tijden, Slechte tijden' en 'Najib en Julia' eruit en wat zijn mogelijke verbeterpunten vanuit voorlichtingskundig perspectief?"

De doelstelling van het deelproject betreft het in kaart brengen van een leerproces dat zich zou kunnen voltrekken bij de kijkers van een bepaalde verhaallijn. Deze doelstelling wordt weergegeven door de cirkel met de titel 'Education' in het volgende model (Figuur 1).

**Figuur 1: De impact van Entertainment-Education**



## **Opbouw rapport**

In hoofdstuk 1 wordt het voorlichtingskundig perspectief uitgelegd inclusief theoretische achtergrond. In hoofdstuk 2 wordt uitgelegd hoe vanuit verschillende, in de gezondheidsvoorlichting gebruikte theorieën naar concrete interventies wordt gewerkt. In hoofdstuk 3 volgt een beschrijving van de in dit onderzoek gebruikte methode voor analyse. In hoofdstuk 4 worden de resultaten beschreven en in hoofdstuk 5 wordt tenslotte de conclusie gegeven.

# Hoofdstuk 1. Het voorlichtingskundig perspectief

Het voorlichtingskundig perspectief wordt vertegenwoordigd door een planmatige wijze van voorlichten, die onderbouwd is met een theoretische methodiek en een passende strategie. De theorieën die functioneel kunnen zijn bij de ontwikkeling en evaluatie van voorlichtingsboodschappen vinden hun oorsprong met name in de sociale psychologie.

In dit hoofdstuk worden de voor dit onderzoek relevante theorieën en modellen afzonderlijk beschreven.

## 1.1 Trans theoretisch model

Volgens Prochaska en DiClemente's Trans Theoretisch Model (TTM) (1983) is gedragsverandering op te vatten als een lineair proces, onder te verdelen in fasen. Een persoon kan zich in verschillende fasen bevinden ten opzichte van het gewenste gedrag. De verschillende fasen worden als volgt aangeduid:

- Precontemplatie: gedragsverandering nog niet overwogen
- Contemplatie: gedragsverandering binnen 6 maand overwogen
- Voorbereiding: gedragsverandering gepland en voorbereid
- Actie: gedragsverandering uitgevoerd
- Gedragsbehoud: gedragsverandering ten minste 6 maand volgehouden

Niet iedere soapkijker zal zich in dezelfde fase van gedragsverandering bevinden. Om hier bij de voorlichtingsboodschap rekening mee te houden, heeft iedere fase zijn specifieke determinanten, waarop geïntervenieerd kan worden om een persoon van de ene fase naar de volgende te laten gaan ('Stage transition') en om te voorkomen dat een persoon terugvalt naar een vorige fase ('Relapse prevention'). Per fase zijn verschillende determinanten van belang. In de precontemplatie fase zijn met name de determinanten 'risicoperceptie' en 'kennis' van belang. Bij zowel contemplatie als voorbereiding zijn de determinanten 'vaardigheden' en 'doelen' stellen belangrijk. Bij de fasen actie en gedragsbehoud zijn vooral 'bekrachtiging' en 'attributies' van belang. Voor een compleet overzicht wordt verwezen naar Brug et al. (2001).

## 1.2 Precaution adoption model

Het Precaution-Adoption model van Weinstein geeft een verklaring voor verschillende stadia van risicoperceptie, die ook een leidraad kunnen zijn voor doelgroepsegmentatie. Doelgroepsegmentatie houdt in dat de doelgroep wordt onderverdeeld in subgroepen met eigen karakteristieken, waarop de boodschap aangepast wordt. Vier constructen zijn in het bijzonder van belang: Het eerste concept is 'dimensies van modellen over risicoperceptie- en vergelijking'. Dit concept stelt dat, hoewel sommige risico's vergelijkbaar zijn, bijvoorbeeld de schadelijke gevolgen van luchtvervuiling en roken, mensen dit



toch niet vergelijkbaar zullen vinden, omdat roken een vrijwillig risico is en luchtvervuiling niet. In dit concept zijn meer dimensies van belang, te weten: controle, kennis, nieuwsgierigheid en gelijkheid.

Het tweede concept heeft als leidraad cumulatieve en 'one shot' waarschijnlijkheidsoordelen. Dit is belangrijk omdat mensen de neiging hebben om kleine kansen te overschatten en grote te onderschatten. Mensen onderschatten ook cumulatieve risico's. Hiermee dient rekening gehouden te worden in voorlichtingsboodschappen.

Ten derde is er het construct kwantitatieve en kwalitatieve waarschijnlijkheidstermen, dat rekening houdt met het feit dat mensen in hun dagelijkse spreektaal niet snel geneigd zullen zijn om cijfers te gebruiken om een waarschijnlijkheidskans uit te drukken. Bijvoorbeeld als een persoon denkt dat hij 10% kans heeft op een baan, zal hij zeggen dat hij de baan waarschijnlijk niet krijgt. Omdat hierdoor onnauwkeurigheid ontstaat (niemand weet immers hoeveel 'een beetje' is), is het de moeite waard te overwegen hoe een kans op een kwalitatieve manier uitgedrukt kan worden en of er niet ook kwantitatieve informatie gegeven moet worden.

Als laatste construct is er het 'framing' effect. Dit houdt in dat de betekenis van een boodschap anders kan lijken, afhankelijk van hoe hij gepresenteerd wordt. Zo klinkt 30% kans om te overleven heel anders dan 70% kans om te sterven. Hiermee moet rekening gehouden worden tijdens het geven van voorlichting. Voor een uitgebreide verhandeling wordt verwezen naar de vakliteratuur (Weinstein, 1992).

Samenvattend is de theorie gebaseerd op het maken van een besluit tot gedrag. Dit gaat gepaard met cognitieve processen, waarin mensen informatie over risicogedrag ontvangen, structureren en gedragsalternatieven afwegen. Besluit tot gedragsverandering is onder andere afhankelijk van risicoperceptie.

Weinstein en Sandman (1992) concludeerden dat weten welke factor een persoon zou willen veranderen, niet hetzelfde is als weten hoe hij het kan veranderen (Maibach & Parrot, 1995). Implicaties van deze theorie voor de E-E werkmethode is dat je niet alleen goede risicocommunicatie via soaps kan uitdragen, maar ook direct een handelingsmodel aanbiedt hoe met de ervaren gezondheidsdreiging omgegaan dient te worden. Dit kan zowel in een positief als negatief frame.

### **1.3 Persuasion Communication model**

Volgens de Persuasion Communication matrix van McGuire (1985) is een cruciaal onderdeel van alle gezondheidsvoorlichting het tot stand brengen van effectieve communicatie. De eerste randvoorwaarden van effectieve communicatie zijn

blootstelling aan en aandacht voor de boodschap, evenals het begrijpen en serieus nemen van de boodschap. De mate van aandacht is afhankelijk van de betrokkenheid die een persoon heeft met het onderwerp. Hoe meer betrokken een persoon is bij een onderwerp, hoe eerder hij informatie zal gaan opzoeken en, hoewel attitudeverandering ook kan optreden bij lage betrokkenheid, is deze stabiel bij een hoge betrokkenheid.

Er zijn verschillende manieren om mensen actief aan het denken te zetten. Namelijk de voorlichtingsboodschap op een ongebruikelijke, nieuwe manier presenteren, het presenteren van een onverwachte boodschap of het gebruik van expliciete, persoonlijke verzoeken om aandacht aan de boodschap te besteden. In de theorie wordt veel aandacht besteed aan de kenmerken van communicatie, te weten het bericht, de ontvanger, het kanaal en de bron. Op deze vier kenmerken zijn verschillende determinanten van belang. De meerwaarde van deze theorie voor een E-E interventie is dat dit model veel aandacht besteedt aan hoe een boodschap geformuleerd dient te zijn, wil deze aankomen en effect hebben bij de doelgroep. Tevens wordt er middels het kopje 'kanaal' aandacht besteed aan de specifieke kenmerken van het medium, in dit geval soapseries op de Nederlandse televisie.

#### **1.4 Sociaal cognitieve theorie**

Bandura (1986) verklaart in zijn "Social Cognitive Theory" gedrag op basis van wederzijdse relaties tussen een persoon, zijn/haar gedrag en de omgeving. Bandura legt grote nadruk op de wederzijdse beïnvloeding ('reciprocal causation'), die plaatsvindt tussen deze drie 'hoekstenen' van zijn theorie.

Mensen leren niet alleen in formele leersituaties, maar ook door het observeren en eventueel imiteren van gedrag van anderen, model leren genaamd. Deze modellen kunnen reële personen zijn. Echter, personages in films of op televisie kunnen ook de rol van model vervullen.

E-E richt zich erop om rolmodellen te ontwikkelen via wie mensen pro sociaal gedrag kunnen leren middels een eenvoudig principe: gewenst gedrag wordt beloond en ongewenst gedrag wordt gestraft. Dit leren bestaat uit vier subprocessen, namelijk aandacht ('attention'), vasthouden en onthouden ('retention'), uitvoeren en tentoonspreiden (production) en motivatie (motivation). Voordeel van de E-E strategie is dat de scriptschrijvers weten hoe ze aandacht moeten genereren en middels de theorie kan de motivatie van de doelgroep, die model leert, verhoogd worden.

Model leren vindt eerder plaats als het model een ietwat hogere status heeft dan de doelgroep. De kans dat de doelgroep de informatie vasthoudt wordt vergroot door zowel het model als zijn/haar omgeving overeen te laten komen met de doelgroep, zodat deze als gelijk aan zichzelf en betekenisvol wordt ervaren. Door het model het gedrag in levensechte situaties te laten tentoonstellen, wordt als

het ware een handelingsmodel naar de doelgroep bereikt, dat zij kunnen gebruiken als zij zich in een vergelijkbare situatie bevinden.

Het belangrijkste subproces is bekrachtiging ('reinforcement') dat inhoudt dat in een vergelijkbare situatie een persoon, die hetzelfde gedrag als het rolmodel vertoont, ook dezelfde soort bekrachtiging ervaart als het model. Er zijn drie soorten rolmodellen te onderscheiden, te weten het negatieve rolmodel, dat gezondheidsbelemmerend gedrag beoefent en hiervoor gestraft wordt; het positieve rolmodel, dat gezondheidsbevorderend gedrag vertoont en hiervoor beloond wordt en het transitionele rolmodel, dat door gebeurtenissen van negatief naar positief verschuift en daarvoor beloond wordt.

## **1.5 Elaboration Likelihood Model (ELM)**

Het Elaboration Likelihood Model (ELM) van Petty & Cacioppo (1986) is een van de weinige modellen, die zowel van cognitie als affect uitgaat. Het ELM gaat uit van twee mogelijke routes die mensen kunnen volgen in het overredingsproces: de centrale route en de perifere route. Mensen die de centrale route volgen, vinden het prettig en zijn goed in staat om informatie te verzamelen, daarover na te denken en op basis van de verzamelde gegevens een afgewogen beslissing te nemen (high elaboration likelihood). De perifere route wordt gevolgd wanneer bij mensen de neiging en de vaardigheid om zich uitvoerig te verdiepen in een thema, daarover informatie te verzamelen en de voors en tegens af te wegen, laag is (low elaboration likelihood).

Er zijn verschillende soorten afwegingen aan de hand waarvan mensen bepalen of zij informatie wel of niet als waarheid aannemen (Heuristiek). Een voorbeeld van heuristiek is betrouwbaarheid heuristiek ('Credibility heuristic') als mensen ervan uitgaan dat de informatie die ze krijgen uit een betrouwbare bron komt en daarom de informatie aannemen. Andere vormen van heuristiek zijn gebaseerd op het aardig vinden van een persoon ('Liking heuristic') of 'consensus heuristic', waarbij belangrijk is wat anderen geloven.

De toepassing van deze theorie op E-E is de volgende: interesse voor een onderwerp wordt perifeer opgewekt, waarna de doelgroep aanwijzingen krijgt hoe (en waar) centraal informatie ingewonnen kan worden met als doel een stabiele prosociale attitude te ontwikkelen, mogelijk resulterend in gedrag van diezelfde aard.

## Hoofdstuk 2. Van theorie naar praktische methodieken

Bij het ontwikkelen van een gezondheidsinterventie wordt gebruik gemaakt van eerder opgedane kennis over welke communicatievormen effectief zijn gebleken. Deze kennis is gedocumenteerd in theorieën (Bartholomew, 2001). Uit deze theorieën kunnen verschillende methoden gedistilleerd worden, die leiden tot concrete verschijningsvormen van toegepaste theorie.

In dit hoofdstuk worden in de eerste paragraaf de voor dit onderzoek gebruikte vormen van informatieoverdracht geïntroduceerd, waarna in paragraaf 2.2 voorbeelden worden gegeven van de manier waarop deze vijf methodieken gebruikt kunnen worden in een concrete voorlichtingsboodschap.

### 2.1 Vijf vormen van methodische informatieoverdracht

De vijf vormen van informatieoverdracht zijn opgesplitst in deelvormen, die toegelicht worden door een exacte beschrijving en een voorbeeld. Deze worden hieronder nader gespecificeerd als ook in het invulprotocol (Bijlage 1)

- **Feitelijke kennisoverdracht** houdt in dat er toetsbare informatie wordt overgebracht op de kijker. Voorbeelden hiervan zijn een poster waarop staat dat chlamydia kan leiden tot onvruchtbaarheid of een dialoog tussen twee personages waarbij de één om informatie vraagt en deze op een heldere wijze krijgt. Dit in tegenstelling tot **begripsmatige kennis**, waarbij de kijker verbanden tussen gedrag en gezondheid leert te verklaren en uit te leggen, waarna een bewustere keuze ten opzichte van gezondheidsgedrag gemaakt kan worden.
- **Risicocommunicatie** houdt in dat de kijker informatie krijgt over specifiek risicogedrag, bepaalde risicofactoren of zijn eigen kwetsbaarheid. Dit houdt niet alleen maar in dat er een percentage wordt genoemd, maar kan ook al een cue zijn om na te gaan denken of interesse te wekken. Denk bijvoorbeeld aan een broer die op zijn zus scheldt nadat ze onveilige seks heeft gehad en haar vraagt of ze wel weet hoeveel risico ze nu loopt, waarbij het antwoord mag uitblijven.
- **Attitudevorming** betreft de boodschappen die de houding van de kijker ten aanzien van een bepaald onderwerp kunnen beïnvloeden. Een voorbeeld is dat er een objectief, niet door (sub)cultuur beïnvloed beeld gepresenteerd wordt over zaken, die over het algemeen niet openhartig worden besproken in de leeftijdscategorie van de doelgroep. Dit kan op veel manieren en hoeft niet expliciet genoemd te worden.

- **Sociale invloed** heeft betrekking op alle processen waarin interactie met anderen een rol speelt. Datgene dat de kijker leert van het kijken naar interacties tussen mensen. Zo kan bijvoorbeeld een personage gesteund worden door haar vrienden bij het doen van een zwangerschapstest.
- **Eigen-Effectiviteit** is het vertrouwen van de kijker dat hij of zij heeft ten opzichte van het wel of niet uitvoeren van een bepaald gedrag. Eigen-Effectiviteit kan vergroot worden als de kijker een bepaald (eventueel als moeilijk ervaren) gedrag op zo'n manier observeert dat het de kijker van nut is bij het zelf uitvoeren van hetzelfde of vergelijkbaar gedrag. Denk bijvoorbeeld aan het overleggen van condoomgebruik.

## 2.2 Van theorie naar voorlichting

Binnen de in de vorige paragraaf genoemde vormen van informatieoverdracht zijn er mogelijkheden om deze te bewerkstelligen via verscheidene theoretische kaders, die in tabel 1, 'Mogelijkheden voor gebruik theoretisch kader naar type boodschap' verder toegelicht zullen worden.

**Tabel 1: Voorbeelden en methoden uitgezet tegen boodschapvorm.**

Vorm informatieoverdracht	Voorbeeld	Methode	Uitleg Methode
Feitelijke kennisoverdracht	Poster veilig vrijen	Mere Exposure	Ondubbelzinnige blootstelling aan boodschap
Feitelijke kennisoverdracht	Tijdens discussie de vraag: "Je weet toch wat je eigenlijk moet doen hé?".	Socratisch	Uitdagende manier van informatieoverdracht
Risicocommunicatie	Gesprek over risico's onveilig vrijen	Risicoperceptie	Hoeveel risico op nadeel een persoon denkt te lopen
Risicocommunicatie	De boodschap: iedereen denkt dat het hem/haar niet overkomt.	Onrealistisch optimisme	Een persoon denkt minder risico te lopen op nadeel dan reëel het geval is
Risicocommunicatie	Iemand op sterfbed of heel ziek laten zien	Fear Appeal	Negatieve effecten van gedrag benadrukken door schokkende of angstaanjagende beelden
Risicocommunicatie	Vrienden keren iemand de rug toe na bekendmaking HIV besmetting	Loss-frame	Nadeel uitdrukken in mate van verlies
Attitudevorming	Laten zien hoe een cultuur over een bepaald onderwerp denkt	Social Judgement	Door middel van sociale druk overtuigen gezond gedrag te beoefenen

**Vervolg Tabel 1**

<b>Vorm informatieoverdracht</b>	<b>Voorbeeld</b>	<b>Methode</b>	<b>Uitleg Methode</b>
Attitudevorming	Condooms onlosmakelijk aan seks verbinden	Attitude object linken met andere positive stimuli	Goede gedrag linken met iets positiefs
Attitudevorming	Rolmodel op een duidelijke manier de voordelen van veilig vrijen laten benadrukken	Persuasive Communication	Goede argumentatie door geloofwaardig persoon
Attitudevorming	Rolmodel zegt "Ik wil veilig vrijen en ik kan dit ook duidelijk maken aan mijn vriendin"	Elaboration Likelihood	"Ik wil gezond gedrag vertonen (motivation) en ik weet hoe (cognitive ability)"
Sociale invloed	Rolmodellen laten zien die altijd veilig vrijen en negatieve rolmodellen laten zien die dit niet doen.	Social Comparison	Positieve rolmodellen laten zien die zich op een goede manier gedragen (upward) en Negatieve rolmodellen laten zien die dit niet doen (downward).
Sociale invloed	Het argument "Het is moeilijk een erectie te houden als je een condoom omdoet" weerleggen met "Dan kan je 't gewoon niet, als je oefent lukt 't wel!"	Social Inoculation	Tegenargumenten laten horen en weerleggen
Eigen-effectiviteit	Vrijgezelle acteur die altijd condooms bij zich heeft	Social Modelling	Gezondheidsgedrag door rolmodel laten uitvoeren
Eigen-effectiviteit	Scholieren op tv (in soap) veilig laten vrijen	Peer Education	Gezondheidsgedrag door vergelijkbaar iemand laten uitvoeren

## Hoofdstuk 3. Methoden

Voor de analyse van de verhaallijnen is een analyseformulier opgesteld op basis van de theorieën zoals beschreven in hoofdstuk 2. Daarna is er op kleine schaal een pilotstudy uitgevoerd waarin het formulier op duidelijkheid, bruikbaarheid en interobserver betrouwbaarheid zijn getoetst (paragraaf 3.1). Na kleine aanpassingen van het formulier vond de eerste analyse plaats (paragraaf 3.2). Op basis van deze eerste analyse en een overleg met de externe begeleider zijn vervolgens de analyseformulieren verder gespecificeerd en heeft er een tweede analyse plaatsgevonden (paragraaf 3.3).

### 3.1 Formulier ontwikkeling en Pilotstudy

De basis van de analyseformulieren is ontwikkeld door Dr. Herman Schaalma (Universitair interne begeleider Capgroep GVO, Universiteit Maastricht). De analyse begon met een verheldering van de opdrachtformulering, welke in overleg tot stand is gekomen. De onderzoekers begonnen met een oriëntatie op het vakgebied van Entertainment-Education waarna een vraagstelling werd geformuleerd. Door middel van een literatuurstudie is een overzicht van sociaal psychologische theorieën verkregen, die gedragsverandering verklaren vanuit een voorlichtingskundig perspectief. Enkele van deze theorieën zijn naar mening van de auteurs bruikbaar om een basis te leggen voor een samenwerking met de creatieve mediaprofessionals met als doel het bewerkstelligen van een E-E interventie.

Vervolgens hebben de onderzoekers de bestaande analyseformulieren samen doorgenomen en zijn onduidelijkheden besproken en nader toegelicht in de beschrijvingen op het formulier.

Door de twee onderzoekers zijn vervolgens in een pilotstudy twee verhaallijnen ('Najib en Julia', #14 en 'Winston en Ariël', #12) onafhankelijk bekeken (iedere verhaallijn driemaal), geanalyseerd en gerapporteerd met behulp van het analyseformulier.

Deze testfase van het analyseformulier heeft geleid tot de volgende aanpassingen:

- Er is onderscheid gemaakt tussen voorlichtingselementen die al in de verhaallijn gerepresenteerd zijn en mogelijk nieuwe of additionele leermomenten.
- Er is extra ruimte gereserveerd op het formulier voor de beschrijving van deze (additionele) mogelijkheden in de vorm van een zo concreet mogelijke scènebeschrijving.
- Er is een vraagstelling toegevoegd voor de beschrijving van alternatieve voorlichtingsboodschappen die verwerkt zijn in de verhaallijn die een ander thema dan seksualiteit behandelen (sideline)

- Er is ruimte gecreëerd voor de beschrijving van additionele mogelijkheden om alternatieve voorlichtingsboodschappen toe te voegen aan de verhaallijn die een ander thema dan seksualiteit behandelen (sideline)

Daarna zijn weer twee verhaallijnen afzonderlijk geanalyseerd met de aangepaste formulieren, welke resulteerden in een vergelijkbare rapportage. Op dit moment is besloten tot de eerste analyse over te gaan.

### **3.2 Methoden Eerste Analyse**

De interne begeleider heeft voor de eerste analyse alle verhaallijnen eenmaal bekeken (met uitzondering van 'Najib en Julia' en 'Winston en Ariël' die beiden drie keer zijn bekeken), de studentonderzoeker heeft alle verhaallijnen (ten minste) driemaal bekeken. De studentonderzoeker heeft alle analyseformulieren volgens het afgesproken invulprotocol (zie bijlage 1) ingevuld. Alle analyses zijn vervolgens samen besproken (face-to-face). Bij onduidelijkheden hebben de interne begeleider en de studentonderzoeker de verhaallijn nogmaals bekeken.

Na de analyseperiode is gebrainstormd om een manier te vinden om de grote hoeveelheid aan (kwalitatieve) gegevens op overzichtelijke manier weer te geven, resulterend in tabel 2: Aanwezige determinanten van gedrag, tabel 3: Benutte en onbenutte mogelijkheden en tabel 4, soapspecifieke karakteristieken. Naar aanleiding van de resultaten van de eerste analyse is de behoefte uitgesproken de in het analyseformulier opgenomen begrippen verder te operationaliseren. Deze operationalisatie is weergegeven in bijlage 1. Deze aanvulling geeft een eenduidiger beeld van de theoretische concepten waarmee de verhaallijnen geanalyseerd zijn. Dit verhoogt enerzijds de herhaalbaarheid van het onderzoek. Anderzijds maakt deze verheldering het mogelijk 'voorbeeldscènes' van hoe theoretische concepten vertaald kunnen worden in effectieve voorlichtingsboodschappen, te laten zien aan onder andere de scriptschrijvers.

De veertien verhaallijnen zijn met elkaar vergeleken ten aanzien van de mate waarin de voorlichtingskundige elementen, weergegeven door de theoretische concepten uit het analyseformulier, daadwerkelijk tot uiting komen in de betreffende verhaallijn. Deze vergelijking geeft inzicht in de relatieve kwaliteit van de verschillende verhaallijnen vanuit voorlichtingskundig perspectief. Hierbij is een score per vorm van methodische informatieoverdracht en een totaalscore berekend. Er is tevens per concept aangegeven of er een (additionele) mogelijkheid onbenut is gelaten om een theoretisch gefundeerde voorlichtingsboodschap te tonen, dit is geïndiceerd door een zogenaamde 'verloren kansen' score.

In iedere verhaallijn kunnen heel veel verschillende voorlichtingsboodschappen gepresenteerd worden. De onderzoekers hebben echter gekozen om de volgende



criteria te hanteren bij het bepalen of een boodschap wel of niet in een verhaallijn past:

- Is er, naar de mening van de onderzoeker, een aanleiding in de verhaallijn om de boodschap te plaatsen?
- Is de boodschap, naar de mening van de onderzoeker, te plaatsen zonder betuttelend over te komen?
- Haalt de boodschap, naar de mening van de onderzoeker, de vaart niet uit de verhaallijn?

Middels de score, opgeleverd aan de hand van deze criteria, zijn verbetermogelijkheden per soap/dramaserie en per verhaallijn naast elkaar gelegd.

### **3.3 Methoden tweede Analyse**

Nadat de materie een periode heeft kunnen bezinken, is met behulp van de operationalisatie een tweede analyse gedaan, waarin nogmaals kritisch gekeken werd naar de behaalde resultaten van de eerste analyse. Het analyseformulier is verder aangepast met als doel de precisie te vergroten en aanwezige onduidelijkheden er uit te halen. De resultaten van deze tweede analyse zijn opgenomen in het bijlagenboek.

## Hoofdstuk 4. Resultaten

De resultaten van de afzonderlijke analyse van de verhaallijnen, zoals in de analyseformulieren beschreven, zijn in een apart bijlagenboek opgenomen. Dit hoofdstuk presenteert de resultaten van de hele dataset in tabelvorm en op geclusterde wijze. Deze tabellen verwijzen direct naar de ingevulde analyseformulieren in het analyseboek, die essentieel zijn voor een goede interpretatie van de gepresenteerde resultaten.

### 4.1 Aanwezige vormen van methodische informatieoverdracht per verhaallijn

Tabel 2 geeft aan hoe vaak vormen van methodische informatieoverdracht voorkomen per verhaallijn. Per categorie krijgt een cijfer gewicht als het in verhouding geplaatst wordt met het totale aantal te behalen punten. Het cijfer in de bovenste rij geeft weer hoeveel punten maximaal te behalen zijn per categorie.

**Tabel 2: Aanwezige vormen van methodische informatieoverdracht per verhaallijn**

Verhaallijn	Kennis (2)	Risico (4)	Attitude (5)	Sociale invloed (8)	Eigen-Effectiviteit (3)	Totaal (22)	Gemiste kansen
1	2	0	3	5	3	13	2
2	1	1	2	4	2	10	11
3	1	1	4	4	3	13	0
4	2	1	4	4	2	13	4
5	0	1	2	5	1	9	6
6	1	4	2	3	2	12	0
7	1	1	1	4	2	9	3
8	1	1	3	4	1	10	2
9	1	3	4	4	0	12	1
10	1	0	2	5	3	11	1
11	1	2	3	5	2	13	0
12	2	3	4	5	3	17	2
13	1	0	3	4	2	10	1
14	1	0	2	3	1	7	2

**NB:** Het wordt aanbevolen voor de interpretatie van Tabel 2 de verhaallijn bekeken te hebben en de uitwerking in het bijlagenboek erbij te houden.

Tabel 2 wordt uitgelegd aan de hand van een voorbeeld. Als voorbeeld wordt verhaallijn1 'Frida en Angela, Jaloezie' van de serie Costa! gebruikt. Kort samengevat gaat deze verhaallijn over een biseksueel, vrouwelijk stel en de daarover heersende (onjuiste) opvattingen dat relaties in zo'n setting per se vooruitstrevend, vrij en los dienen te zijn. Uiteindelijk blijkt dat 'ouderwetse' methoden, zoals een goed gesprek en een minder vrije relatie ook in deze relatievorm de voorkeur hebben bij de betrokkenen. Aangezien het aantal gebruikte mogelijkheden uitgezet wordt tegen het totale aantal mogelijkheden, impliceert een twee op het gebied van kennis (twee van de twee) iets anders dan een twee op het gebied van sociale invloed (twee van de acht).

Ten aanzien van tabel 2 is de uitleg als volgt:

Op het gebied van **kennisoverdracht** worden twee (van de twee mogelijke) methoden gebruikt om kennis over te brengen, namelijk een eenzijdige, passieve transfer van feitelijke informatie en een socratische manier. Passieve informatie is bijvoorbeeld als Frida aan Vicky uitlegt hoe zij tegen relaties aankijkt.

Op het gebied van **risicocommunicatie** wordt geen (van de vier mogelijke) methodes gebruikt. Naar de mening van de onderzoekers zou het echter in deze verhaallijn ongepast zijn om uitgebreid op een risicoscenario voor bijvoorbeeld het oplopen van een soa in te gaan. Naar de mening van de onderzoekers is er hier wel een kans blijven liggen om terloops een opmerking te maken over veilige seks.

Ten aanzien van het gebied van **attitudevorming** zijn er drie (van de vijf mogelijkheden) benut. De verhaallijn leent zich hier ook goed voor, omdat het handelt over heersende stigma's. Zo worden bijvoorbeeld nieuwe argumenten voor het biseksueel zijn aangedragen, namelijk dat Frida van mensen houdt in plaats van mannen of vrouwen.

De factor **sociale invloed** is vertegenwoordigd met een score van vijf (van de acht mogelijke). De personen in de soap zijn nogal onderhevig aan sociale interacties, zowel positief (sociale steun) als negatief (stigmatiserende gedachtes). Bart uit een sociale norm door tegen Frida te zeggen dat wanneer je van elkaar houdt, je niet met een ander vrijt.

Ten aanzien van **eigen-effectiviteit** wordt een score van drie (van de drie) behaald. In deze verhaallijn wordt eigen-effectiviteit vergroot door middel van model leren. De kijker kan uit deze verhaallijn leren dat een relatie door moeilijkheden sterker kan worden.

In de tabel is ook aangegeven waar vanuit voorlichtingskundig perspectief ongebruikte mogelijkheden liggen ten aanzien van het plaatsen van gezondheidsboodschappen in een verhaallijn.

In totaal zijn er in deze verhaallijn 13 van de 22 mogelijkheden benut om een voorlichtingskundige boodschap uit te dragen. Twee kansen zijn onbenut gelaten en 7 opties waren, naar de mening van de onderzoekers, niet gepast.

## 4.2 Mogelijkheden per vorm van methodische informatieoverdracht

In tabel 3 wordt per vorm van methodische informatieoverdracht voor alle verhaallijnen in totaliteit weergegeven hoeveel mogelijkheden voor voorlichtingskundige boodschappen benut, onbenut en niet gepast zijn.

Tabel 3 dient als volgt geïnterpreteerd te worden:

De vorm van methodische kennisoverdracht is in totaal 16 keer benut en er zijn 4 additionele mogelijkheden om deze vorm van methodische informatieoverdracht in de verhaallijn te gebruiken. Van de 16 keer dat kennisoverdracht benut wordt, gebeurt dit 3 keer via eenzijdige kennisoverdracht en 13 keer op socratische wijze. Van de 4 additionele mogelijkheden is zowel socratische als eenzijdige kennisoverdracht twee maal opgemerkt.

**Tabel 3: Benutte en onbenutte mogelijkheden.**

Type voorlichtingsboodschap	Benut	Onbenut	Niet gepast
<b>Kennisoverdracht</b>	<b>16</b>	<b>4</b>	<b>36</b>
Eenzijdig	3	2	23
Socratisch	13	2	13
<b>Risicocommunicatie</b>	<b>18</b>	<b>15</b>	<b>79</b>
Kansinformatie	1	8	19
Risico scenario	5	4	19
Benadrukken ernst van de negatieve consequenties van gedrag	3	3	22
Zelf(her)evaluatie	9	0	19
<b>Attitudevorming</b>	<b>39</b>	<b>6</b>	<b>95</b>
Wegnemen onjuiste veronderstellingen / misverstanden.	14	0	14
Afzwakken nadelen gezondheidsgedrag	5	0	23
Aandragen nieuwe argumenten	5	2	21
Benadrukken effectiviteit gezondheidsgedrag.	6	2	20
(Initiëren van) geanticipeerde spijt	9	2	17
<b>Sociale invloed</b>	<b>59</b>	<b>6</b>	<b>159</b>
Zichtbaar maken van positieve sociale verwachtingen	3	1	24
Zichtbaar maken van de sociale norm	13	2	13
Zichtbaar maken positieve opvattingen van anderen	7	2	19
Zichtbaar maken gedrag van anderen	8	0	20
Zichtbaar maken proces van conformeren	5	0	23
Verlenen / mobiliseren van sociale steun	10	1	17
Aanmoedigen / overtuigen	3	0	25
Positieve feedback op gewenst gedrag	10	0	18
<b>Eigen-Effectiviteit</b>	<b>27</b>	<b>4</b>	<b>53</b>
Geven van instructies	8	3	17
(Her)attributie	9	0	19
Model leren of tonen van vaardigheden	10	1	17
<b>Sideline</b>	<b>3</b>	<b>11</b>	<b>14</b>

**NB:** De somscores per vorm van methodische informatieoverdracht zijn vetgedrukt.

### 4.3 Verbetermogelijkheden per verhaallijn

Tabellen 4 a, b, c, en d representeren de verbetermogelijkheden per verhaallijn en zijn gegroepeerd per soap. Een aandachtspunt is dat als er veel verbetermogelijkheden gegeven worden per soap, dit niet per se betekent dat de soap slecht is in het uitdragen van voorlichtingsboodschappen. Dit wordt het duidelijkst geïllustreerd door de soap Onderweg naar Morgen (verhaallijn Winston en Ariël: #12), die zowel op aanwezige voorlichtingsboodschappen als verbetermogelijkheden (redelijk) hoog scoort.

**Tabel 4a: Soapspecifieke karakteristieken Costa!**

	Verbetermogelijkheden	Sideline aanwezig	Additionele mogelijkheid
Verhaallijn 1	Risicocommunicatie, sociale invloed	Nee	Ja
Verhaallijn 2	Risicocommunicatie, attitudevorming, sociale invloed, Eigen-Effectiviteit	Ja	Ja
Verhaallijn 3	Geen	Ja	Ja
Verhaallijn 4	Feitelijke kennis, risicocommunicatie, sociale invloed	Nee	Ja
Verhaallijn 5	Feitelijke kennis, risicocommunicatie, attitude, Eigen-Effectiviteit	Nee	Ja
Verhaallijn 6	Geen	Nee	Ja
Verhaallijn 7	Risicocommunicatie, attitudevorming	Nee	Ja
Verhaallijn 8	Feitelijke kennis, risicocommunicatie,	Nee	Ja

**Tabel 4b Soapspecifieke karakteristieken Goede tijden, slechte tijden**

	Verbetermogelijkheden	Sideline aanwezig	Additionele mogelijkheid
Verhaallijn 9	Risicocommunicatie	Nee	Ja
Verhaallijn 10	Risicocommunicatie	Nee	Ja
Verhaallijn 11	Geen	Nee	Ja

**Tabel 4c Soapspecifieke karakteristieken Onderweg naar morgen**

		Sideline aanwezig	Additionele mogelijkheid
Verhaallijn 12	Feitelijke kennis, risicocommunicatie	Ja	Nee
Verhaallijn 13	Risicocommunicatie	Nee	Nee

**Tabel 4d Soapspecifieke karakteristieken Najib en Julia**

	Verbetermogelijkheden	Sideline aanwezig	Additionele mogelijkheid
Verhaallijn 14	Risicocommunicatie, Eigen-Effectiviteit	Nee	Nee

#### **Uitleg bij tabel 4**

Ter toelichting van tabel 4 wordt wederom gebruik gemaakt van verhaallijn 1, Costa!'s "Frida en Angela, Jaloezie".

Als soapspecifieke verbetermogelijkheid wordt in de tabel onder andere het onderdeel risicocommunicatie genoemd. Gelet op de analyse, valt op dat de verbetermogelijkheid wordt genoemd en gespecificeerd, in die zin dat er in de discussie over een vrije relatie terloops een opmerking gemaakt kan worden dat zolang je het veilig doet, alles oké is. Dit is een voorbeeld van een manier om de kijker aan het denken te zetten over risico's die verbonden zijn aan onbeschermde seks.

Onder de noemer sideline valt alle andere, niet over seks gaande voorlichting, die eventueel nog aangehaald zou kunnen worden. Bij verhaallijn 1 staat dat er een mogelijkheid tot het plaatsen van een sideline is, en in het bijlagenboek staat deze weer uitgewerkt. Het gaat in dit geval over Frida, die motor rijdt zonder helm, hetgeen vanuit het perspectief van gezondheidsvoorlichting ongewenste invloed op de kijker kan hebben (Frida als negatief rolmodel).

Wederom de kanttekening dat het bestuderen van de resultaten, zoals opgenomen in tabel 4, niet afdoende is om een goede indruk van de resultaten van het gehele onderzoek te verkrijgen. Zij presenteren slechts een overzicht van de belangrijkste bevindingen en nogmaals wordt gewezen op de link naar de analyseformulieren, die essentieel zijn teneinde een goede indruk te krijgen van het voorlichtingsniveau per verhaallijn.

## Hoofdstuk 5. Conclusie

De vraagstelling van dit deelonderzoek betrof “Hoe zien de voorlichtingsboodschappen ten aanzien van gezonde seksualiteit binnen de series ‘Costa!’, ‘Onderweg naar morgen’, ‘Goede tijden, Slechte tijden’ en ‘Najib en Julia’ eruit en wat zijn mogelijke verbeterpunten vanuit voorlichtingskundig perspectief?”

### 5.1 Algemene conclusie

Uit de analyse blijkt dat de aanwezige voorlichtingsboodschappen in de geanalyseerde Nederlandse soaps vanuit voorlichtingskundig perspectief van wisselende kwaliteit zijn. Uitschieters zijn er zowel naar boven (17 van de 22 mogelijkheden benut) als naar beneden (7/22) en er is een redelijk gemiddelde (11.4/22) van benutte voorlichtingsmomenten per verhaallijn geobserveerd.

Verder blijkt dat er een wisselend aantal gemiste kansen per verhaallijn is (van 11 tot 1).

De soap Costa! heeft een gemiddelde van 11.1 van de 22 mogelijkheden om voorlichtingskundige boodschappen weer te geven met gemiddeld 3.5 additionele mogelijkheden per verhaallijn. Goede tijden, Slechte tijden scoort een gemiddelde van 12 met 0.6 additionele mogelijkheden, Onderweg Naar Morgen komt uit op 13.5 mogelijkheden en 1.5 additionele mogelijkheden. Tenslotte de score van Najib en Julia, waar 7 benutte mogelijkheden tegen 2 additionele mogelijkheden staan.

Een voorbeeld van een negatieve uitschieter is verhaallijn 2, Costa!’s Bart en Berdien, waarin 11 additionele mogelijkheden zijn gevonden. Een positieve uitschieter is verhaallijn 12 ‘Winston en Ariël’(Onderweg Naar Morgen), waarin 17 van de 22 mogelijkheden tot het plaatsen van voorlichtingsboodschappen benut worden.

In de meeste verhaallijnen wordt een voorlichtingsboodschap in een soap gerepresenteerd door middel van socratische kennisoverdracht (13), het wegnemen van onjuiste veronderstellingen (14) en het zichtbaar maken van de sociale norm (13). Additionele mogelijkheden voor een betekenisvolle voorlichtingsboodschap ten aanzien van gezonde seksualiteit, liggen in deze analyse voornamelijk op het gebied van kansinformatie (8).

Met betrekking tot de sideline kan gesteld worden dat er in drie van de veertien verhaallijnen sidelines aanwezig zijn. In elf van de verhaallijnen is er een onbenutte mogelijkheid voor een alternatieve gezondheidsboodschap. In twee verhaallijnen is er een sideline aanwezig en is er volgens de onderzoekers ook een mogelijkheid om een additionele sideline toe te voegen. In één verhaallijn is er al een sideline gepresenteerd en zien de onderzoekers geen additionele

mogelijkheid voor een sideline zonder te betuttelend over te komen of de vaart uit de verhaallijn te halen.

## **5.2 Kanttekeningen vanuit gezondheidskundig perspectief**

Vanuit gezondheidsvoorlichtingskundig perspectief zou er aandacht besteed kunnen worden aan de vraag in welke fase van gedragsverandering subgroepen van kijkers zich bevinden. Voorlichtingsboodschappen kunnen aangepast worden aan deze informatie. Uit onderzoek is gebleken welk soort boodschap effectief is bij de verschillende fasen.

Verder zou er aandacht besteed kunnen worden aan voorlichtingskundig onjuiste boodschappen. De karakters kunnen (onbedoeld) ook negatieve rolmodellen worden, zoals bijvoorbeeld Costal's Frida die zonder helm motor rijdt, en Najib en Julia, die onveilige seks hebben.

Het is ook mogelijk om de boodschappen af te stemmen op reeds lopende voorlichtingsprogramma's, waardoor er een complementair effect bereikt kan worden. De boodschappen zouden informatie kunnen toevoegen aan recent aangeboden informatie. Denk bijvoorbeeld dat in de ene interventie mensen bang worden gemaakt voor een negatief gevolg van gedrag (Fear Appeal), en dat in de andere interventie mensen geleerd wordt hoe ze druk van hun omgeving om het gedrag toch uit te voeren kunnen weerstaan (Social Inoculation).

Omdat Entertainment-Education een massamediale interventie is, is het lastig de zuivere invloed te meten van de interventie. Er is een grote kans op vertekening, omdat de groep die gecontroleerd wordt onder invloed staat van vele gebeurtenissen die onzuiverheden kunnen veroorzaken. Het is zeer moeilijk, zo niet onmogelijk, om een groep samen te stellen en bij wijze van experiment de helft wel de interventie aan te bieden en de andere helft niet, terwijl de randvoorwaarden voor beide subgroepen gelijk blijven.

Als laatste de kanttekening dat het niet zeker is dat de voorlichtingsboodschappen die door de onderzoekers zijn aangewezen, ook opgepikt worden door de kijkers. Hoeveel van de aangeboden informatie en specifiek welke informatie blijft hangen is onduidelijk: de doelgroep kijkt immers met een andere intentie naar een soap dan de onderzoekers. Waar de onderzoekers geconcentreerd op zoek zijn naar gezondheidsboodschappen, kijkt de doelgroep vooral om geëntertaind te worden, misschien met een half oog of hebben ze het programma op de achtergrond aanstaan.

De gezondheidsvoorlichter heeft als streven mensen voor te lichten op een manier die voor hen het meeste effect zal hebben. Een van de uitdagingen hierbij is het genereren van aandacht voor de voorlichtingsboodschap. Een samenwerking met professionals op dit gebied zal hopelijk leiden tot een



gezamenlijk gedachtegoed, waarin professionals van beide vakgebieden hun kennis combineren om een voorlichtingsboodschap te ontwikkelen die mensen amuseert, waardoor het genereren van aandacht automatisch gaat.

## Referenties

Bandura (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Bartholomew, L., Parcel, G., Kok, G. & Gottlieb, N., (2001). *Intervention mapping. Designing theory- and evidence- based health promotion programs*. Mountain view, CA Mayfield.

Bouman, M. (1999). *The turtle and the peacock: The Entertainment Education strategy on television*. Wageningen, Universiteit Wageningen

Brug, Schaalma, Meertens, Kok & van der Molen (2001). *Gezondheidsvoorlichting en gedragsverandering: een planmatige aanpak*. Assen: Van Gorcum.

McGuire, W.J. (1985). Attitudes and attitude change. In G. Lindzey, & E. Aronson (Eds.), *The handbook of social psychology (Vol. 2)* (pp. 233-346). New York: Random House.

Petty & Cacioppo (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. In: Berkowitz (Ed), *Advances in Experimental Social Psychology (Vol 19)* p 123-205. New York: Academic Press.

Prochaska & DiClemente (1983). Stages and processes of self-change of smoking: toward an integrative model of change. *Journal of Consulting and Clinical Psychology* 51:390-95.

Weinstein, N.D., & Sandman, P.M. (1992). A model of the precaution adoption process: Evidence from home radon testing. *Health psychology*, 11, 170-80

www.zonmw.nl; geraadpleegd op 27-08-2004