

# Communicatie met aandacht voor gedragsprincipes - deel 4: weerstand

tips · Publicatiedatum: 15-12-2015 · Leestijd 3 min

Auteur(s): Karen Hitters. Juul van Rijn

Dit korte artikel over weerstand is de laatste van vier artikelen waarmee Karen Hitters en Juul van Rijn een samenvatting geven van de literatuurstudie 'Gedragsverandering via campagnes 2.0' (Van der Putte et al, 2015). De theorie, communicatietips en praktische voorbeelden bieden houvast voor iedereen die nadenkt over gezondheidsvraagstukken en communicatieboodschappen.



Weerstand is de reactie die mensen vertonen om te voorkomen dat hun gedrag wordt beïnvloed. Zij doen dit omdat zij de vrijheid willen houden zelf te beslissen, omdat zij gehecht zijn aan hun eigen gedrag (angst voor verandering) of omdat ze een gezondheidsdreiging voelen.

## Onderzoek de weerstand

Hoe buig je mee in deze natuurlijke reactie, maar probeer je mensen ook mee te nemen richting gezond gedrag? Door om te beginnen in kaart te brengen wat de weerstand zou kunnen zijn. Door vervolgens aan te geven dat ieder individu de vrijheid heeft om wel of niet te kiezen voor ander gedrag (**nudging**); door positieve **framing** in te zetten; door vertrouwen te geven aan mensen die kiezen voor het nieuwe idee of gedrag; door in te

spelen op de emoties van de hele groep, de sociale omgeving van het individu; door (gedoseerd) tegenargumenten te geven.

## **Weerstand ombuigen**

Regelmatig reageren oudere mensen op de boodschap "30 minuten bewegen per dag" met de opmerkingen "Dat hoeft voor mij niet meer" en "Ik heb mijn hele leven al hard gewerkt". Met de argumenten voor gezondheid, een lang en sportief leven, hoef je bij hen niet aan te komen. Wat wel werkt, is inspelen op de wens om mensen te blijven ontmoeten, samen iets te beleven, zelfstandig te blijven, met de (klein)kinderen te kunnen wandelen. Weg van de dreiging dus. Geef de oudere de waardering en de vrijheid voor de eigen keuze om mee te doen aan een wandeltocht of dansles met leeftijdgenoten.

Er zijn verschillende oorzaken aan te wijzen voor de weerstand die mensen tegen persuasieve communicatie ervaren. De dreiging dat de persoonlijke vrijheid wordt afgenomen en de natuurlijke menselijke angst voor verandering spelen een grote rol. Daarom is het belangrijk om bij elke gezondheidsboodschap de keuzevrijheid te benadrukken: ieder mens staat vrij om te kiezen voor een appel of een stuk chocola; voor een eindje wandelen of de auto pakken.

Uit onderzoek blijkt dat met name jongeren zich snel aangevallen voelen en weerstand vertonen. Hierdoor kan zelfs een boemerangeffect ontstaan: zij gaan (actief) strategieën inzetten om de invloed van de gezondheidsboodschap tegen te gaan.

Denk aan: op de boodschap 'Bier drinken is ongezond', horen we vaak de reactie: "Qua calorieën staat het gelijk aan twee bruine boterhammen met kaas dus daarmee hebben we de lunch al binnen!". Een defensieve reactie – met humor – die laat zien dat weerstand tegen de gezonde boodschap is ontstaan.

## **Communicatietips op een rijtje**

- Benadruk in elke gezondheidsboodschap de keuzevrijheid.
  - Wees alert op mogelijke weerstand: jongeren voelen zich snel aangevallen en reageren dan met protest.
-