

Gedragsverandering: pas ook (en misschien zelfs eerst) de omgeving aan

FILIP BOEN



LITERATUUR

- Hallez L, Qutteina Y, Raedschelders M, Boen F, Smits T. That's my cue to eat: a systematic review of the persuasiveness of front-of-pack cues on food packages for children vs. adults. *Nutrients* 2020; doi: 10.3390/nu12041062.
- de Ridder D, Tummars L. *Nudging: makkelijke oplossingen voor moeilijke keuzes*. Amsterdam: Prometheus; 2019.
- Thaler RH, Sunstein CR. *Nudge: Improving decisions about health, wealth and happiness*. Londen: Penguin Books; 2009.

AUTEUR

FILIP BOEN, hoogleraar Sport- en bewegingspsychologie, departement Bewegingswetenschappen, KU Leuven.
E-mail: filip.boen@kuleuven.be

Geen strijdige belangen meegedeeld.

Het artikel werd voor publicatie geaccepteerd op 7-10-2020.

Wanneer professionals in de gezondheidszorg reflecteren over de motivatie van patiënten om hun levensstijl te veranderen - of het nu gaat over voeding, bewegen, roken of ander gezondheidsgerelateerd gedrag - dan borrelt al snel het woord 'wilskracht' op. Onder wilskracht verstaat men dan dat iemand die zijn gedrag moet aanpassen voldoende innerlijke energie weet aan te boren om een doel te bereiken ondanks de verlokkingen van de buitenwereld.

Het motiveren van cliënten zou er dan vooral uit bestaan om die innerlijke energie te vergroten via zogenaamde autonomie-ondersteunende gesprekken (ook wel motivationeel interviewen genoemd). De gedragsverandering wordt daarbij gefaciliteerd door de patiënten bewust te maken van het belang van het doel, door hen ervan te overtuigen dat ze de competentie bezitten om dat doel te bereiken, en door hen te helpen om zelf plannen en afspraken te maken over het gezondheidsgedrag. Deze aanpak heeft zeker al zijn effectiviteit bewezen en het blijft dan ook belangrijk en relevant om professionals in die technieken te trainen.

In dit betoog wil ik duidelijk maken dat dit niet de enige optie is en dat een andere optie misschien zelfs meer prioriteit heeft.

Externe verleidingen

Wat vaak vergeten wordt als één van de mogelijke aanvullende (en misschien zelfs eerst te implementeren) strategieën, betreft het reduceren, minimaliseren, en eventueel helemaal verwijderen van de externe verleidingen die het ongezond gedrag uitlokken. Eén van de empirisch sterkst onderbouwde wetmatigheden die de psychologie heeft blootgelegd, bestaat er immers uit dat wij onderschatten hoe sterk menselijk gedrag (dat van onszelf en zeker dat van anderen) wordt bepaald door de fysieke en sociale omgeving.

We leven in de illusie dat we met onze wilskracht tot meer in staat zijn dan daadwerkelijk het geval is. Dat klinkt op het eerste gezicht ontmoedigend, maar dit inzicht biedt ook grote kansen tot een efficiëntere gedragsverandering die ook blijft duren wanneer de wilskracht 'uitgeput' raakt. Het komt er dan op neer om die wilskracht doelbewust mee in de omgeving te integreren.

Nudging

Zo maken overheden en organisaties sedert de publicatie in 2009 van het boek *Nudge* van Nobelprijswinnaar Cas Thaler, en Richard Sunstein meer en meer gebruik van (vaak subtiele) veranderingen in de omgeving om hun burgers naar gewenst gedrag te sturen (zie ook de Ridder en Tummars 2019). Belangrijk om van 'nudging' (dat wil letterlijk zeggen: een duwtje in een bepaalde richting geven) te kunnen spreken is dat het ongewenste gedrag niet wordt verboden, en dat er geen financiële beloning aan het gedrag wordt gekoppeld. Het enige wat gebeurt, is dat het gewenste gedrag aantrekkelijker wordt gemaakt.

Een klassiek voorbeeld is de bekende sticker van een vlieg die in openbare mannentoiletten wordt aangebracht in het urinoir om hen te 'verleiden' tot

het gewenste gedrag, namelijk op de vlieg (en dus in de pot plassen) en zo de toiletten proper houden. Deze nudgingstrategie bleek veel effectiever dan eerdere campagnes waarbij mannen bij binnenkomst werden bestookt met boodschappen dat ‘wildplassen’ tot extra kosten zou leiden.

Reclamemakers passen trouwens met succes nudging toe om mensen tot ongezond gedrag aan te sporen. Zo concludeerden Hallez e.a. (2020) onlangs dat kinderen zich in hun voedselconsumptie sterk laten leiden door visuele cues op de verpakkingen, in het bijzonder door de grootte van de afgebeelde portie op de verpakkingen. Omgekeerd kan je gezond eetgedrag uitlokken door ervoor te zorgen dat de omgevingscues de consumenten in de gezonde richting porren, bijvoorbeeld door een kleiner bord te gebruiken zodat de portie groter lijkt of door de gezonde opties te presenteren vóór de ongezonde alternatieven.

Nudging in de zorg?

Als professional in de gezondheidszorg kan je in samenspraak met je cliënten zulke nudgingtechnieken ook op individueel eet-, beweeg-, slaap- en verslavingsgedrag toepassen. Analyseer daarvoor eerst samen met je cliënt in welke specifieke situaties het gezonde gedrag het ongezonde gedrag moet vervangen en pas waar mogelijk de omgeving aan zodat die aanzet tot het gezonde gedrag. Zo heb ik zelf mijn ondermaats fruitgebruik jaren geleden gevoelig weten op te krikken door mijn lievelingsfruit beschikbaar en zichtbaar te maken op strategische momenten. Ik plaatste bijvoorbeeld in de avond een kiwi op mijn ontbijtbord (en de chocopasta in de kast) zodat ik 's ochtends werd ‘genudged’ om de dag met een stuk fruit te beginnen. Ondertussen kan ik me geen dag zonder kiwi meer voorstellen, dankzij mijn ‘wilskracht’ om de kracht van de omgeving te willen gebruiken.