

# ANGST OPWEKKEN

## FEAR AROUSAL

### WAT?

Het oproepen van een negatieve emotionele reactie in de vorm van angst of bedreiging door het gebruik van fear appeals (= boodschappen die de negatieve effecten van een risicovol gedrag of het niet stellen van een gezond gedrag aantonen).

### VOORBEELD

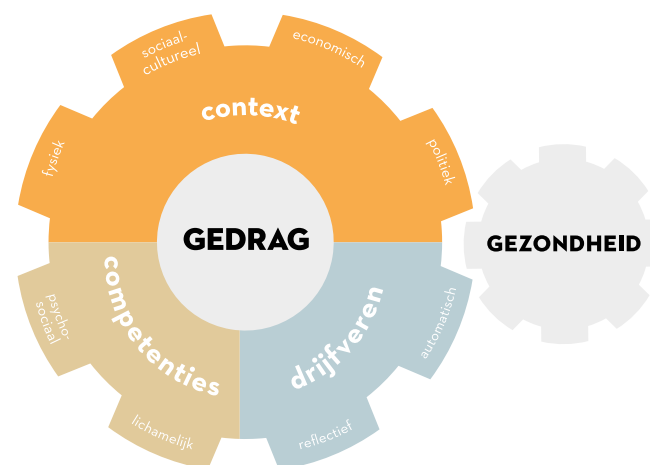
Een interventie-ontwikkelaar ontwerpt een campagne waarin grauwe beelden van rokerslongen worden getoond om jongeren te waarschuwen voor de gevolgen van roken.

Een overheids campagne toont confronterende beelden van verkeersongevallen om automobilisten aan te moedigen hun snelheid aan te passen.

### SPEELT IN OP DEZE GEDRAGSDETERMINANTEN:

reflectieve **drijfveren**

Een dreigende of angstaanjagende boodschap heeft als doel om de **risicoperceptie** te beïnvloeden. Een dergelijke boodschap probeert mensen te laten nadenken over de gevaren van risicovol of ongezond gedrag, zoals roken, alcoholgebruik of onveilig rijden. Dit gebeurt door hen bewust te maken van hun kwetsbaarheid voor en de ernst van de gevolgen.



### WANNEER WERKT HET?

Een dreigende of angstaanjagende boodschap is enkel effectief wanneer ze inspeelt op vier elementen: kwetsbaarheid, ernst, effectiviteit van de reactie en eigen-effectiviteit. De boodschap moet duidelijk maken dat het risico reëel en ernstig is, en dat het ook de ontvanger kan treffen. Daarnaast moet ze handelingsperspectief bieden: effectieve acties om het risico te beperken en vertrouwen dat men die kan uitvoeren. Zonder dit leidt angst vaak tot ontkenning of vermijding. Een boodschap die alle vier de elementen bevat (of drie elementen wanneer mensen al een hoge eigen-effectiviteit hebben), wordt verondersteld om risicoperceptie te vergroten en het gewenste gedrag te stimuleren. Een belangrijke kanttekening is dat de effectiviteit van angstboodschappen relatief laag is, ook wanneer alle elementen aanwezig zijn.