

PLEITBEZORGING VIA MASSAMEDIA

MEDIA ADVOCACY

WAT?

Deze techniek gebruikt massamedia om beslissingen of gedrag van beleidsmakers of andere professionals te beïnvloeden, zodat er gezonde veranderingen in de samenleving ontstaan.

VOORBEELD

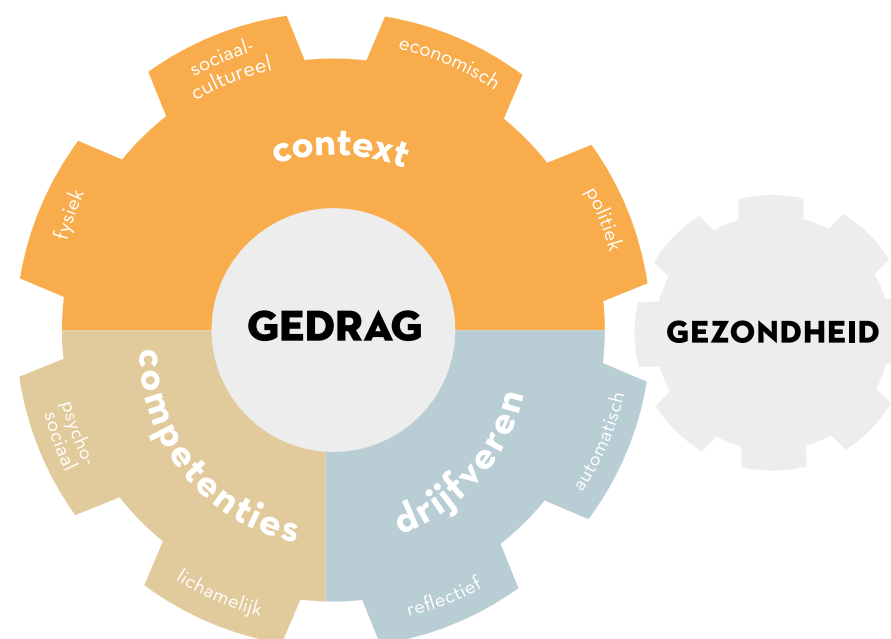
Een non-profitorganisatie voert een online campagne om gemeentebesturen te overtuigen van de voordelen van fietspaden, om zo het beleid rond duurzame mobiliteit te verbeteren.

In een opiniestuk in 'De Standaard' vragen artsen meer actie tegen alcoholverkoop aan minderjarigen. Ze tonen met recente cijfers aan dat het probleem blijft groeien en roepen beleidsmakers op om strengere controles te voorzien.

SPEELT IN OP DEZE GEDRAGSDETERMINANTEN:

fysieke context sociaal-culturele context economische context politieke context

Via massamedia vraagt men aandacht voor gezondheidsuitdagingen en probeert men beslissingen of gedrag van beleidsmakers of andere professionals te beïnvloeden. Afhankelijk van waarvoor wordt gepleit, kan de techniek een impact hebben op het **aanbod** of de **indeling en inrichting** van de fysieke context, op de **sociale norm**, **sociale invloed** of **culturele gebruiken** binnen de sociale context, op de **marketing** en **betalbaarheid** van producten en diensten binnen de economische context of op **regels**, **wetten en aanbevelingen** of **politieke ideologieën** binnen de politieke context.



WANNEER WERKT HET?

Pleitbezorging via media heeft slaagkansen wanneer mediamakers de boodschap voldoende relevant vinden en deze brengen met minimale aanpassingen. De gezondheidsbevorderaar heeft kennis over de media en weet via welke mediakanalen de boodschap het best tot bij het publiek geraakt. Er moeten geloofwaardige mensen betrokken worden die ervaring hebben met het thema of nauw verbonden zijn met het beleid. De boodschap is kort en krachtig en past bij het medium, de doelgroep en de stijl van de organisatie.