

COMMENTAAR

Enge plaatjes op sigarettenpakjes niet zinvol

Gerjo Kok, Gjalte-Jorn Y. Peters en Robert A.C. Ruiter

De Nederlandse overheid wil enge plaatjes op sigarettenpakjes verplicht stellen. De Europese Commissie heeft daarom gevraagd en de WHO raadt dat aan. Tussen allerlei nuttige beleidsmaatregelen om roken tegen te gaan, is dit een onzinnige actie; er is geen bewijs dat enge plaatjes een nuttig effect hebben op het rookgedrag van mensen en de afbeeldingen belemmeren mogelijkheden om via tabaksverpakking wel iets zinvol te doen.

BELANG

Roken is extreem slecht voor de gezondheid van de roker en diens omgeving. De overheid heeft de plicht om burgers te beschermen tegen rokers en rokers te beschermen tegen zichzelf: zij moet voorkómen dat jongeren beginnen met roken en rokers helpen te stoppen. Dat de tabaksindustrie en alle bedrijvigheid daaromheen hier schade van ondervindt is helder, maar dit is geen reden om het niet te doen. Nuttige acties zijn verhoging van de tabaksprijzen, niet-rokenwetgeving, verbod van tabaksreclame, vergoeding van stoppen-met-rokenprogramma's, goede rookpreventie onder jongeren, et cetera. Maatregelen die ervoor zorgen dat de industrie geen glimmende verpakkingen kan maken zijn goed; enge plaatjes op sigarettenpakjes als vorm van gezondheidscommunicatie is fout.

WETENSCHAPPELIJK BEWIJS

Zien de WHO en de Europese Commissie het dan verkeerd? Ja, inderdaad. De strijd tegen roken wordt zo hard gevoerd dat de wetenschap op de tweede plaats komt. Het meest recente rapport vermeldt 94 publicaties,¹ waarvan geen enkele de methodologische kwaliteit heeft om gefundeerde uitspraken te doen over de effecten van enge plaatjes: geen controlegroep, gecontamineerde interventies en inadequate uitkomstmaten.² Het klopt dat degelijk onderzoek lastig is, maar dit maakt het niet opeens

mogelijk om conclusies te trekken uit studies met een inadequate studieopzet. Er bestaat wel onderzoek waarvan de studieopzet geschikt is. Dit systematisch onderzoek naar de effecten van angstaanjagende voorlichting, waarvan enge plaatjes een voorbeeld zijn, laat het volgende zien: angst zet uitsluitend aan tot de gewenste gedragsverandering wanneer mensen denken dat er een oplossing is en dat die oplossing voor henzelf uitvoerbaar is.³ Er zijn soms situaties waarin mensen echt niet weten dat hun gedrag gevaarlijk is en dan is informatie, al dan niet waarschuwend van aard, wel gewenst. Maar die informatie kan zakelijk worden verstrekt en samen met haalbare oplossingen. Rokers vinden het heel erg moeilijk om te stoppen, ook al zeggen ze dat niet altijd. Het aanjagen van angst leidt dan tot defensief gedrag, zoals het ontkennen van de ernst van de gevolgen van roken. Omdat het stoppen als moeilijk wordt ervaren, geldt bovendien dat een simpele gedragsaanbeveling, zoals 'bel dit nummer' of 'bezoek deze website', niet volstaat om dit defensieve gedrag te voorkómen.

TEGEN DE INTUÏTIE IN

Het idee dat angst leidt tot gedragsverandering is populair. Onderzoek waarin mensen gevraagd wordt wat het effect is van angstaanjagende voorlichting, bijvoorbeeld op rokers, laat structureel zien dat men een nuttig effect veronderstelt,⁴ zelfs nadat informatie is gegeven waaruit het tegendeel blijkt.⁵ Veel belanghebbenden in het preventieveld geven aan dat ze niet goed weten wat anders te doen dan waarschuwen voor de gevaren.⁴ We hebben al eerder publiekelijk aangegeven dat enge plaatjes niet werken. Het is verrassend om te zien hoe creatief veel betrokkenen al dan niet toetsbare argumenten verzinnen waarmee enge plaatjes worden goedgepraat, tegen alle bewijsvoering in. Politici gebruiken wetenschappelijke uitkomsten wanneer het hen uitkomt, de tabaksindustrie gebruikt deze om antirookmaatregelen tegen te houden en de antirooklobby ziet deze als een bedreiging voor hun acties. Het zijn alle reacties die aan de kern van de zaak voorbijgaan.

HOE DAN WEL?

Nog steeds beginnen te veel jongeren met roken en nog steeds stoppen te weinig rokers ermee. Het lijkt soms dat rokers niet weten dat hun rookgedrag schadelijk is voor hun gezondheid, maar deze ontkenning is een gevolg van

Universiteit Maastricht, afd. Toegepaste Psychologie, Maastricht.

Prof.dr. G. Kok en prof.dr. R.A.C. Ruiter, gedragswetenschappers.

Open Universiteit, afd. Methodologie en Statistiek van de Psychologie, Heerlen.

Dr. G.-J.Y. Peters, gedragswetenschapper.

Contactpersoon: prof.dr. G. Kok (g.kok@maastrichtuniversity.nl).

het roken, niet de oorzaak daarvan. Zoals gezegd, nuttige acties zijn verhogingen van de tabaksprijzen, niet-roken-wetgeving, reclameverboden, vergoedingen van stoppen-met-rokenprogramma's, rookpreventie onder jongeren, et cetera. Dat gebeurt al, maar het kan nog beter door meer onderbouwing met onderzoek en betere implementatie in de dagelijkse praktijk. Er zijn manieren om beter met nicotineafhankelijkheid om te gaan en er zijn effectieve vormen van hulp en begeleiding. Heeft het zin om iets te doen met tabaksverpakkingen? Ja. Het verbieden van glamoureuze verpakkingen is een goede zaak. Maak sigarettenpakjes saai en pas gezondheidscommunicatie toe waardoor rokers op een positieve manier gestimu-

leerd worden te stoppen met roken. Gedragswetenschappers met kennis op dit gebied kunnen daarbij helpen.⁶

Belangenconflict en financiële ondersteuning voor dit artikel: de auteurs ontvingen een onderzoekssubsidie van ZonMw (zie www.ntvg.nl; zoeken op A6167, klik op 'Belangenverstrengeling').

Aanvaard op 14 maart 2013

Citeer als: Ned Tijdschr Geneeskd. 2013;157:A6167

 **KIJK OOK OP WWW.NTVG.NL/OPINIE**

LITERATUUR

- 1 Hammond D. Health warning messages on tobacco products: a review. *Tob Control*. 2011;20:327-37.
- 2 Ruiter RA, Kessels L, Peters GJ, Kok G. Sixty years of fear appeal research: current state of the evidence. *Int J Psychol*. [per perse]
- 3 Peters GJ, Ruiter RA, Kok G. Threatening communication: a critical re-analysis and a revised meta-analytic test of fear appeal theory. *Health Psychol Rev*, 2003.
- 4 Peters GJ, Ruiter RA, Kok G. Threatening communication: a qualitative study of fear appeal effectiveness beliefs among interventionists, policymakers, politicians, scientists and advertisers. *Int J Psychol*. [ter perse]
- 5 Ten Hoor GA, Peters GJ, Kalagi J, et al. Reactions to threatening health messages. *BMC Public Health* 2012;12:1011.
- 6 Brug J, van Assema P, Lechner L. Gezondheidsvoorlichting en gedragsverandering. Assen: Koninklijke Van Gorcum; 2012.