



*Startdocument Profielwerkstuk Media en Communicatie (UvA-opleiding
[Communicatiewetenschap](#))*

Onderwerp: Reclame en voorlichting – Stoppen met roken

Heb jij weleens een artikel in een tijdschrift gelezen over de gevolgen van roken? Ben je op de hoogte van de lichamelijke consequenties van roken? Misschien heb je dan wel een reclameboodschap van de overheid gelezen. Omdat roken negatieve gevolgen voor de gezondheid heeft, probeert de overheid Nederlanders er via verschillende kanalen van te overtuigen dat roken ongezond is en dat men moet stoppen met roken. Er zijn echter ook reclamemakers die jou en andere Nederlanders er juist van willen overtuigen een sigaret op te steken, of te verleiden om een ander product te kopen, iets te doen of te veranderen. Reclamemakers en voorlichters proberen dit via uiteenlopende methoden en mediakanalen te bereiken.

Onderzoeksvragen:

Wanneer de sigarettenindustrie als voorbeeld wordt genomen, zijn er verschillende onderzoeksvragen te bedenken:

- Welke media worden ingezet in voorlichtingscampagnes?
- Hoe worden deze media gebruikt (toon, argumenten)?
- In hoeverre is deze gezondheidscampagne gericht op het veranderen van gedrag?
- Op welke manieren kun je de media gebruiken om Nederlanders ervan te overtuigen te stoppen met roken?
- Welke media zou je voor welke doelgroep kunnen gebruiken om je boodschap over te brengen?
- Op welke manieren probeert de overheid de Nederlandse burger te bereiken om niet te beginnen met, of te stoppen met roken?

Literatuur:

- Rozendaal, E., Buijzen, M., & Valkenburg, P. (2008). Reclamewijsheid in ontwikkeling: een vergelijking van de cognitieve reclamevaardigheden van kinderen en volwassenen. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 36(4), 270-283.
- Boerman, S. C., Van Reijmersdal, E. A., & Neijens, P. C. (2012). Zijn sponsorvermeldingen in televisieprogramma's effectief?. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 40(4), 46-59.

Meer informatie over Communicatiewetenschap vind je op de [UvA-website](#).