



Amsterdam School of Communication Research / ASCoR

# De mogelijkheden van computer-tailoring

Meer dan alleen inhoud-op-maat?



Netherlands Organisation for Scientific Research

**Eline Smit**

**ACHC symposium 'Tailoring for Health'  
24 november 2017**

**@smit\_eline**

# Computer-tailored gezondheidscommunicatie

## Een korte uitleg

- Vragenlijst
- Relevante feedback
  - Gedrag
  - Voor- en nadelen
  - Eigen-effectiviteit

**persoonlijke mening**

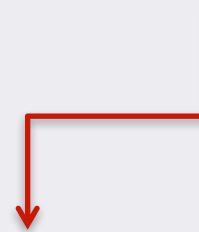
Op deze pagina vragen wij naar uw men. persoonlijke mening.

Door niet te roken, verbetert mijn conditie.

<input type="radio"/>	Ja, verbetert veel
<input checked="" type="radio"/>	Ja, verbetert
<input type="radio"/>	Ja, verbetert een beetje
<input type="radio"/>	Nee, verbetert niet
<input type="radio"/>	Weet ik niet

Door niet te roken, voel ik me aantrekkelijker.

<input type="radio"/>	Ja, veel aantrekkelijker
<input type="radio"/>	Ja, aantrekkelijker
<input type="radio"/>	Ja, een beetje aantrekkelijker
<input checked="" type="radio"/>	Nee, niet aantrekkelijker
<input type="radio"/>	Weet ik niet



### Stap 1. De voordelen en nadelen van roken en stoppen met roken

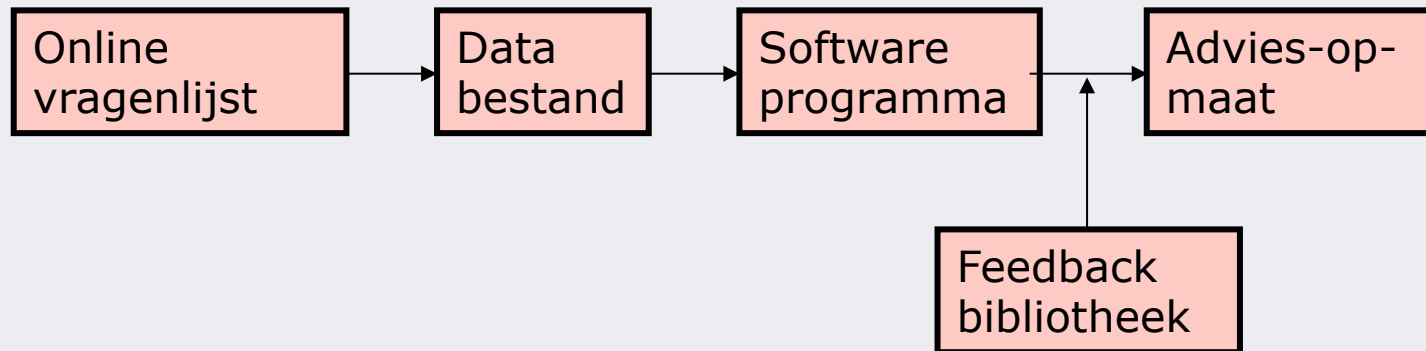
**Door niet te roken verbeteren uw gezondheid en conditie,** zegt u. Inderdaad! Wist u dat uw kans op een hartaanval zelfs al na een jaar veel kleiner is? En ook uw kans op griep of longontsteking wordt al snel kleiner. Ook uw conditie gaat vooruit door niet te roken. Dat merkt u al snel wanneer u gaat fietsen, traplopen, hardlopen of zwemmen. Maar weet u ook dat als u niet meer rookt uw huid er beter en gezonder uit gaat zien en dat u zelfs minder rimpels krijgt? Bovendien worden uw vingers en tanden minder geel en zult u beter kunnen ruiken en proeven.



# Computer-tailored gezondheidscommunicatie

## Een korte uitleg

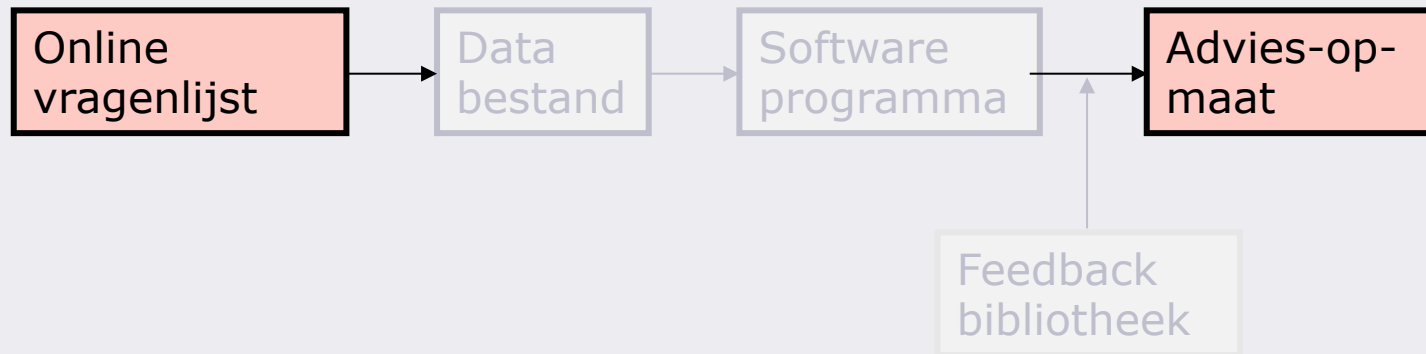
- Automatisch proces



# Computer-tailored gezondheidscommunicatie

## Een korte uitleg





- Automatisch proces



# Computer-tailored gezondheidscommunicatie

## Een effectieve methode

- Effectieve gedragsveranderingsmethode<sup>1</sup>

- Persoonlijke relevantie  2,3
- Informatieverwerking  2,3
- Gebruik & betrokkenheid  2,3
- Gedragsverandering  2,3

<sup>1</sup>Lustria et al., 2013; <sup>2</sup>Kreuter et al., 1999; <sup>3</sup>Ritterband et al., 2009.

# Computer-tailored gezondheidscommunicatie

## Een effectieve methode

- Succesvol ingezet voor verschillende preventieve gedragingen



- Bijv. stoppen met roken
  - Algemene populatie<sup>4</sup>
  - Huisartsenpraktijk<sup>5</sup>
    - Verschillende subgroepen van rokers



<sup>4</sup>Smit et al., 2012; <sup>5</sup>Smit et al., 2016.

# Computer-tailored gezondheidscommunicatie

## Actuele ontwikkelingen

### 1. Uitbreiding effectonderzoek

- I. Inzetten bij nieuwe doelgroepen, e.g. zorgprofessionals
- II. Inzetten voor het veranderen van nieuwe typen gedrag, e.g. beslissing om hulpmiddelen te gebruiken

# Computer-tailored gezondheidscommunicatie

## Actuele ontwikkelingen

### 1. Uitbreiding effectonderzoek

- I. Inzetten bij nieuwe doelgroepen, e.g. zorgprofessionals
- II. Inzetten voor het veranderen van nieuwe typen gedrag, e.g. beslissing om hulpmiddelen te gebruiken

### 2. Kosteneffectiviteit onderzoek

- I. Positieve resultaten voor stoppen met roken<sup>6,7</sup> en een combinatie van leefstijl gedragingen<sup>8</sup>
- II. Uitdagend om preventieve internet-interventies economisch te evalueren<sup>9</sup>

<sup>6</sup>Smit et al., 2012; <sup>7</sup>Stanczyk et al., 2014; <sup>8</sup>Schulz et al., 2014; <sup>9</sup>Smit et al., 2015.



# Computer-tailored gezondheidscommunicatie

## De toekomst

- Online computer-tailoring tot nu toe:
  - Inhoud-op-maat<sup>10</sup>
  - Personalisatie
  - Adaptatie
- Effect sizes blijven beperkt<sup>1</sup>
- Nieuwe tailoring strategieën identificeren is belangrijk<sup>10</sup>, e.g. message frame tailoring

<sup>10</sup>Rimer & Kreuter, 2006; <sup>1</sup>Lustria et al., 2013.

## Message frame tailoring

**Message framing** = het selecteren van bepaalde aspecten van een waargenomen werkelijkheid en deze meer benadrukken in communicatie...

... om een bepaalde probleemdefinitie, oorzaak-gevolg relatie, morele evaluatie en/of behandelingsvoorkeur te promoten<sup>11</sup>

<sup>12</sup>Entman, 1993.

# Message frame tailoring

**Message frame tailoring** = het aanpassen van het perspectief in de communicatie op basis van iemands individuele behoeften<sup>13</sup>

<sup>13</sup>Smit et al., 2015.

# Message frame tailoring

**Message frame tailoring** op basis van individuele verschillen in de behoefte aan autonomie<sup>13,14</sup>



<sup>13</sup>Smit et al., 2015; <sup>14</sup>Ryan & Deci, 2000.

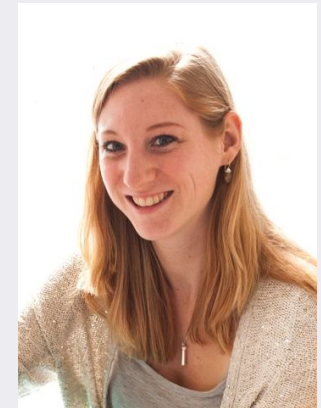
# Message frame tailoring

## Op basis van de behoefte aan autonomie

- 1) Identificatie van individuele verschillen
- 2) Achterhalen van het meest *autonomy-supportive* message frame
  - I. in de context van **alcohol**
  - II. in de context van **groente**

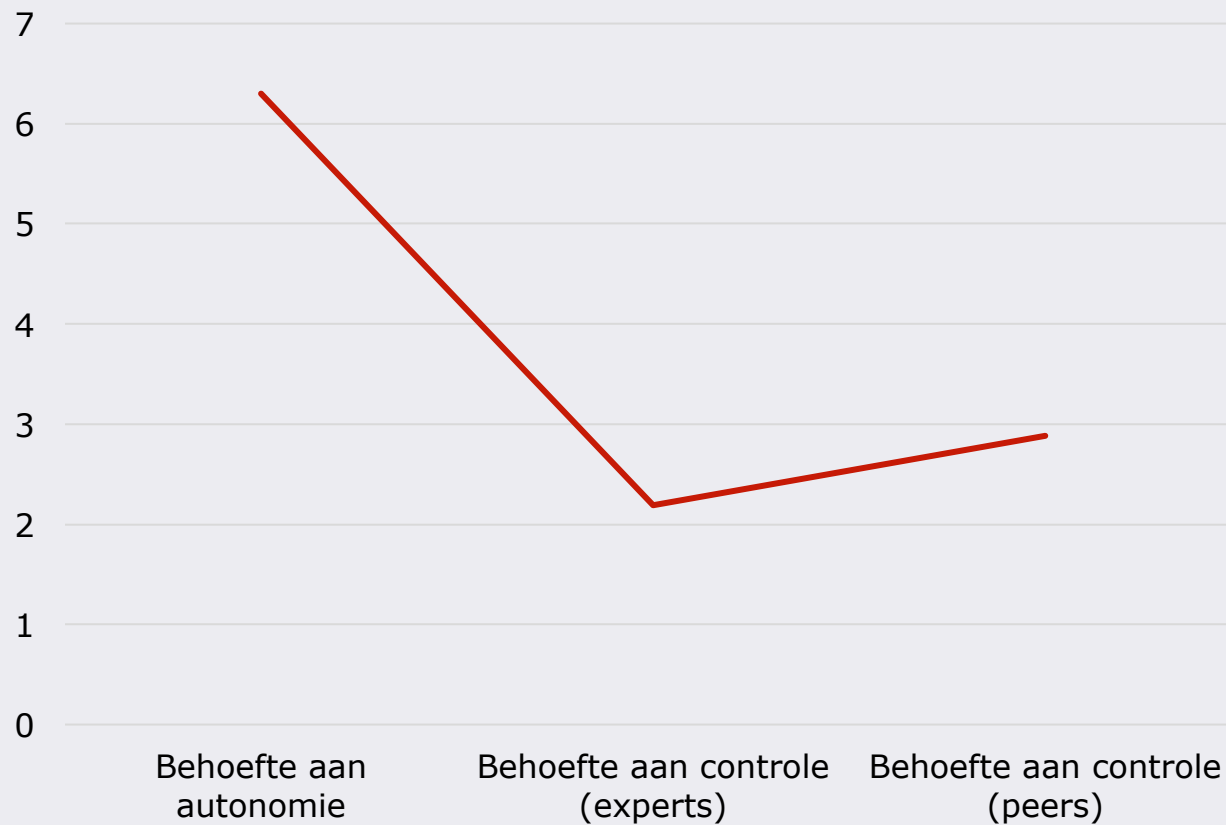
# 1. Identificatie van individuele verschillen

- Representatieve steekproef (N=1027)
- Latent Class Analysis op basis van:
  - ❖ Behoefte aan autonomie
  - ❖ Behoefte aan externe controle
- Resultaat: 4 verschillende subgroepen

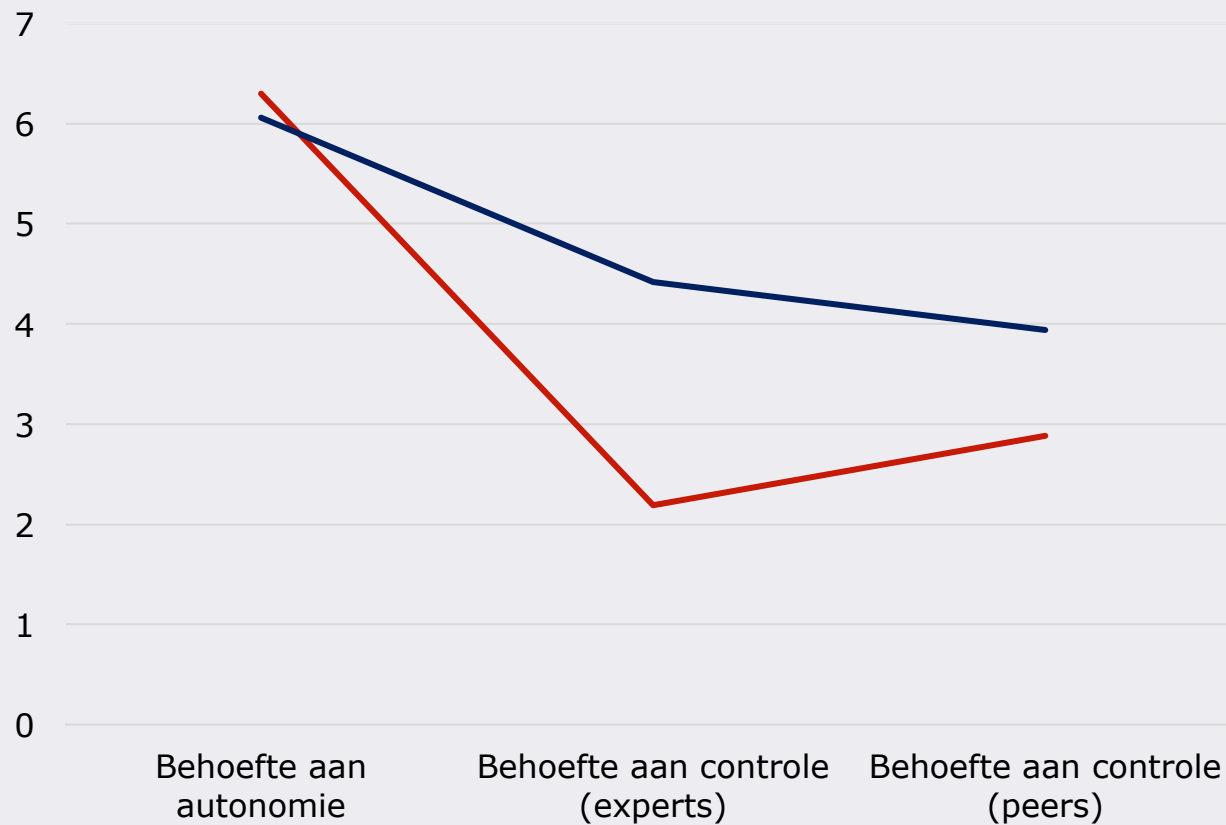


Nadine Bol

## “Self-reliers”

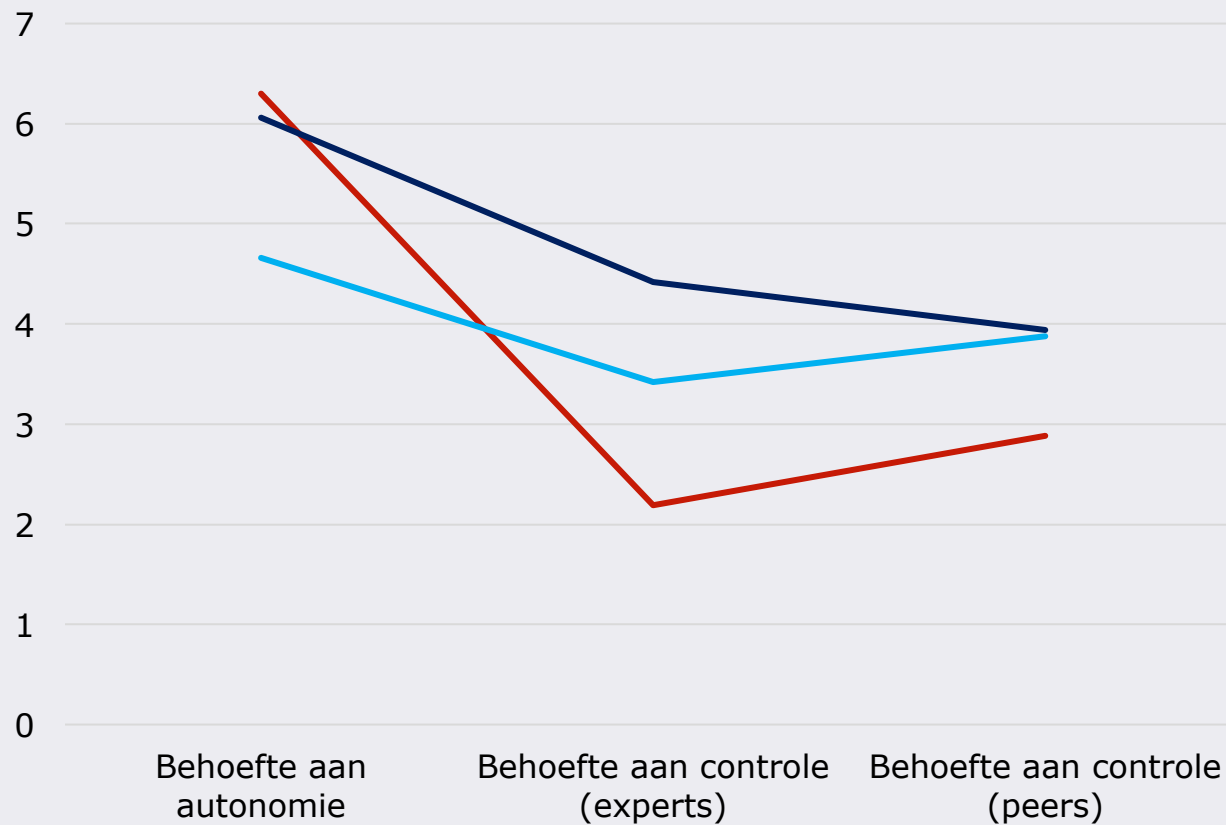


## “Confirmation-seekers”

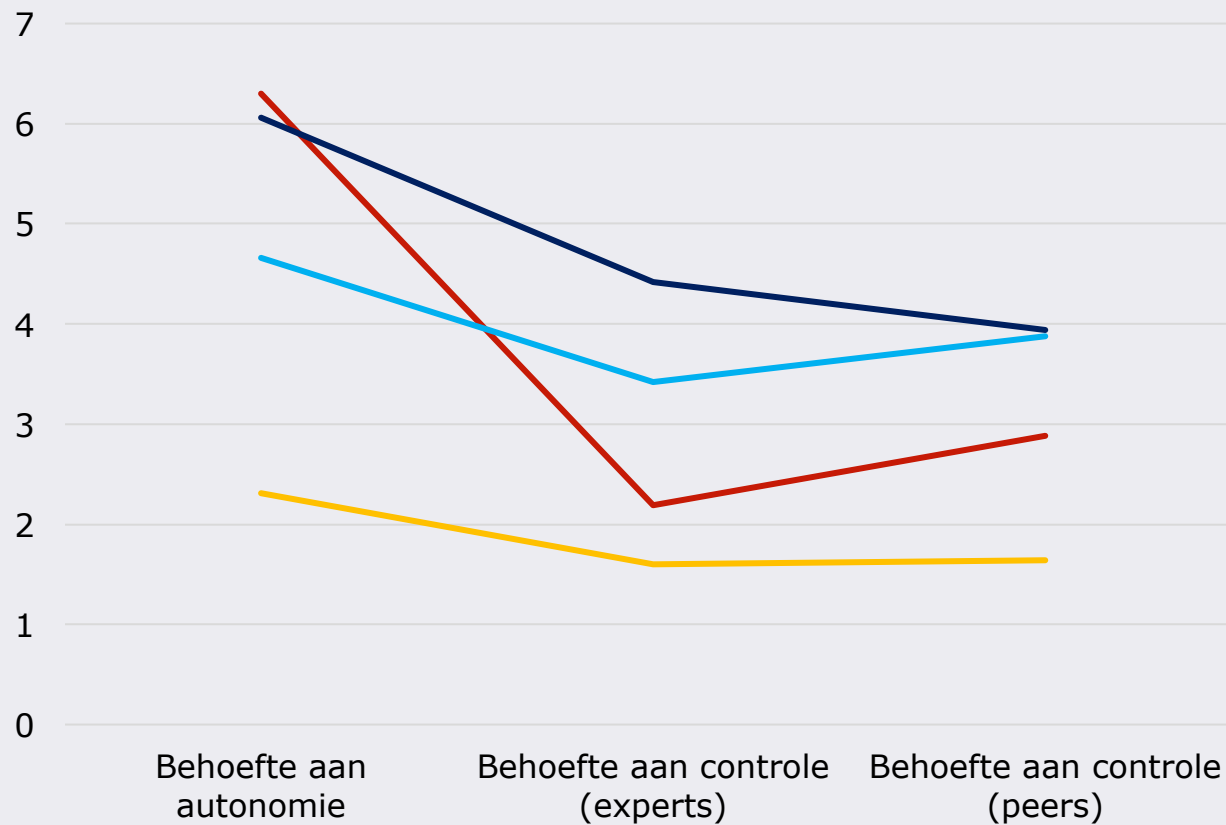




## “Expert-dependents”



## “Indifferents”



# Individuele verschillen bestaan

- Subgroepen duidelijk verschillend
- Tevens verschillend in:
  - Leeftijd
  - Geslacht
  - Opleidingsniveau
  - Gezondheidsvaardigheden online
  - Zorgen omtrent privacy
  - Behoefte aan personalisatie
- Input voor de *tailoring* van gezondheidscommunicatie

## 2-I Het meest *autonomy-supportive* message frame - alcohol

- Nederlandse volwassenen (N=521)
- Online computer-tailored programma voor alcoholreductie (de Drinktest<sup>15</sup>)
- Aangeboden met verschillende message frames
  - ❖ Wel vs. geen keuze
  - ❖ Autonomie-ondersteunend vs. gebiedend taalgebruik



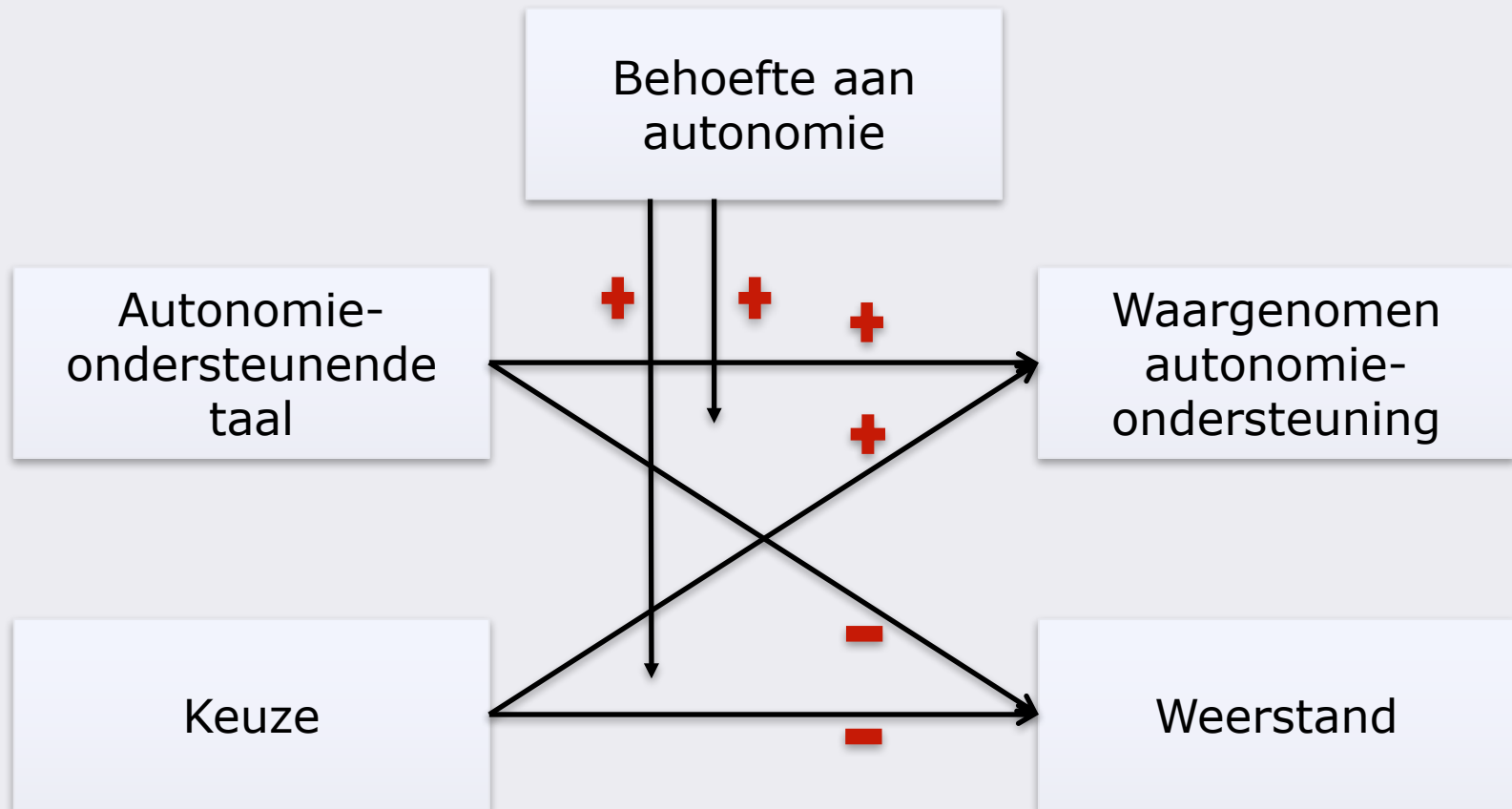
Maria Altendorf

U zou kunnen proberen  
uw gewoontes te  
doorbreken

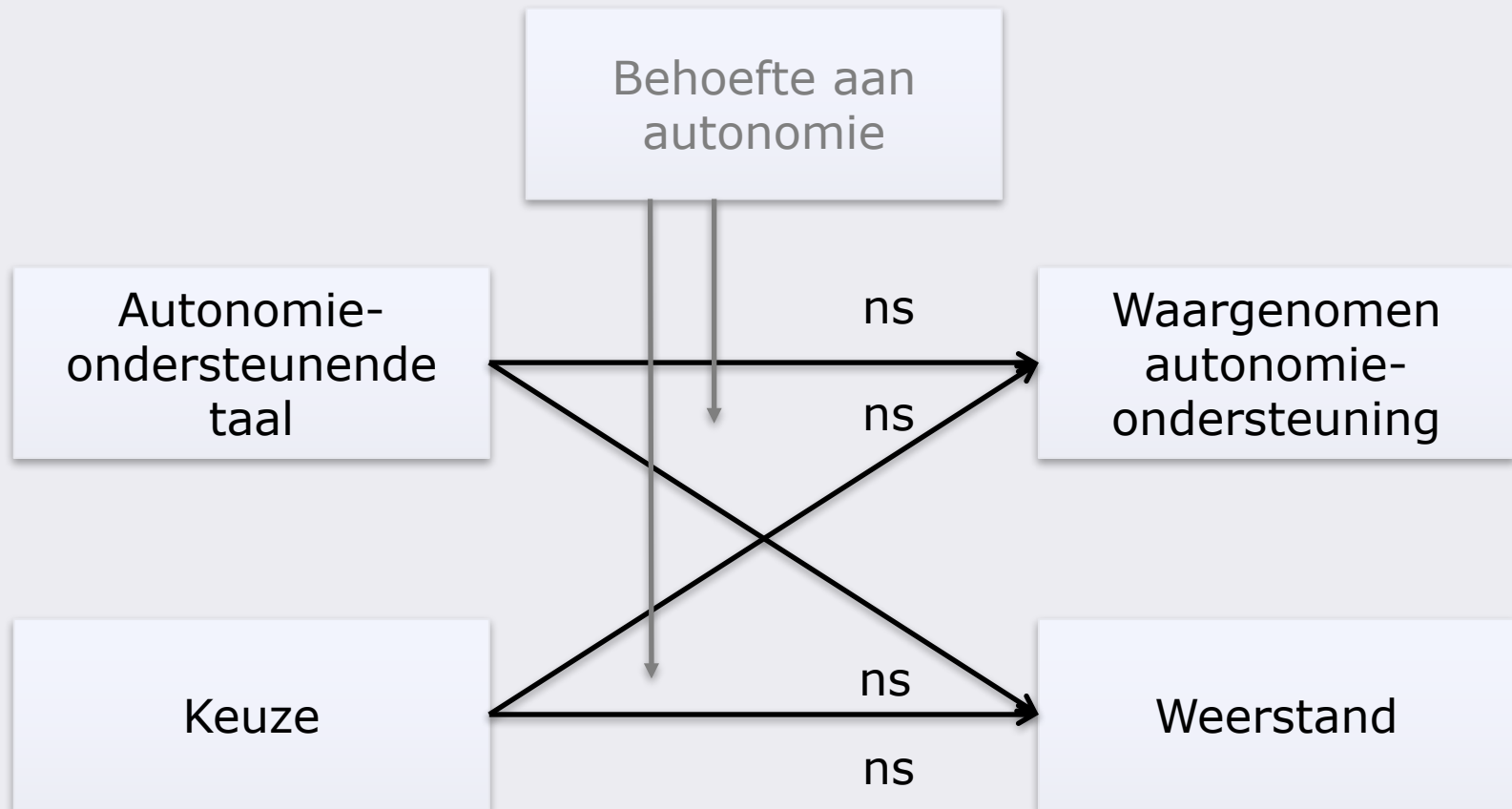
U moet uw gewoontes  
doorbreken!

<sup>15</sup>Boon et al., 2011.

# Voorzien in de behoefte aan autonomie

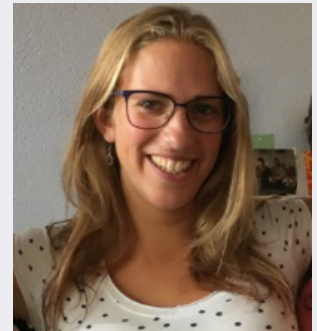


# Voorzien in de behoefte aan autonomie



## 2-II Het meest *autonomy-supportive* message frame - groente

- Nederlandse volwassenen (N=526)
- Online computer-tailored programma voor groenteconsumptie<sup>16</sup>
- Aangeboden met verschillende message frames
  - ❖ Wel vs. geen keuze
  - ❖ Autonomie-ondersteunend vs. gebiedend taalgebruik



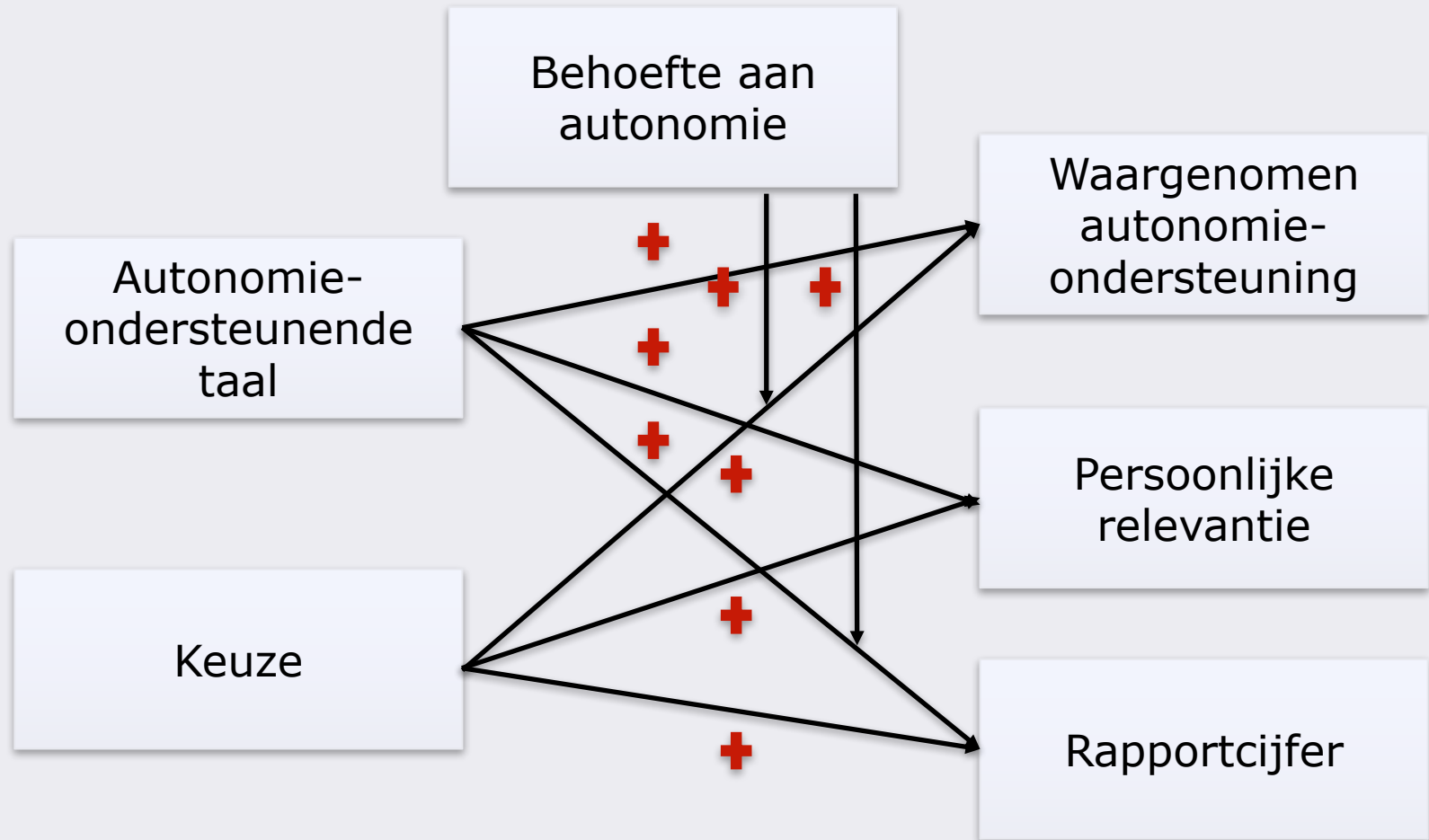
Chamoetal Zeidler

U zou snackgroente mee  
kunnen nemen naar uw  
werk

Neem snackgroente mee  
naar uw werk!

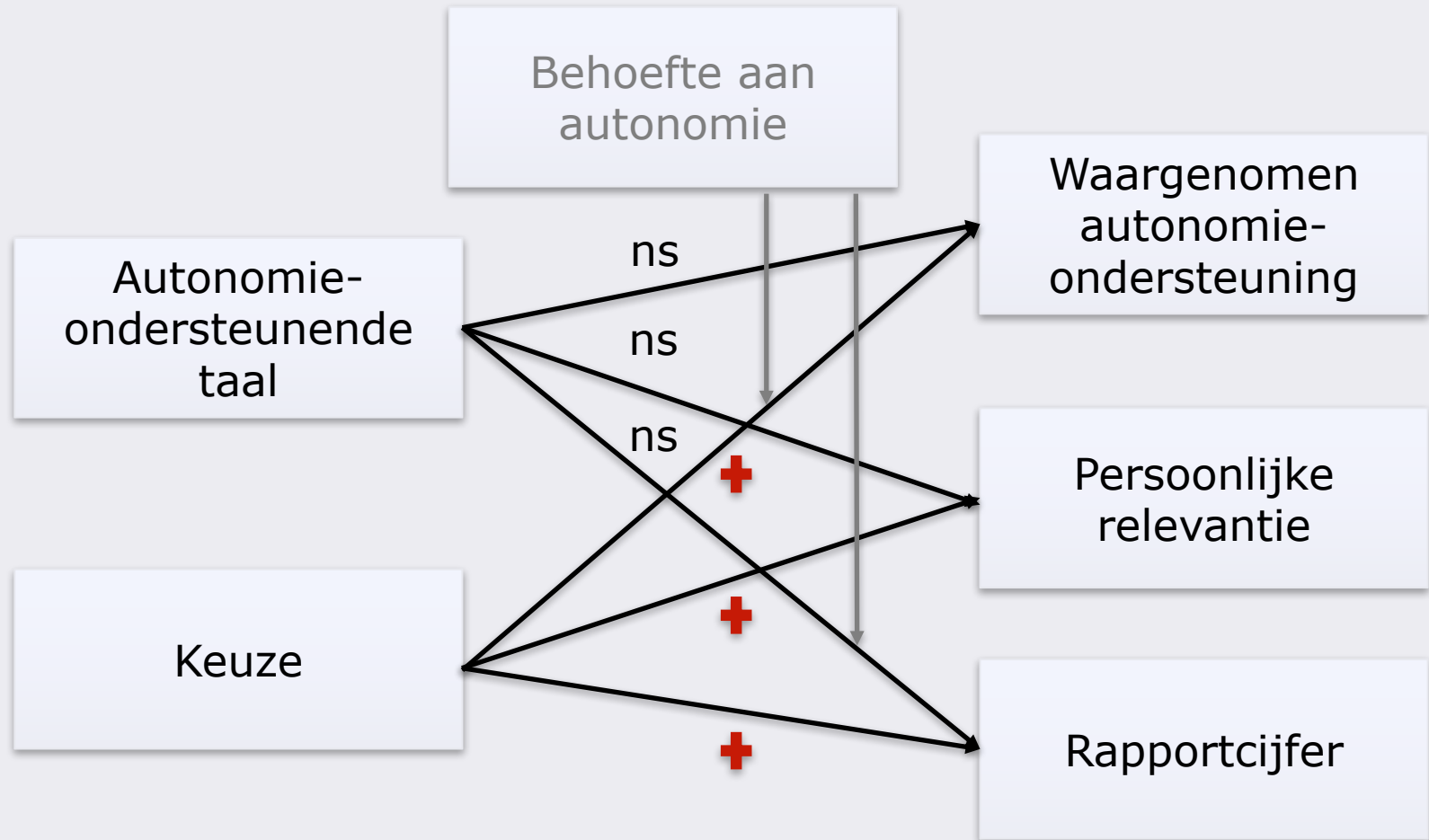
<sup>16</sup>Schulz et al., 2014.

# Voorzien in de behoefte aan autonomie





# Voorzien in de behoefte aan autonomie



## Het meest *autonomy-supportive* message frame

- Keuze positief effect in de context van groente-consumptie
  - Maar niet wanneer het gaat om de consumptie van alcohol
- Taalgebruik lijkt geen verschil te maken
- Behoeftte aan autonomie geen effect moderator

# Message frame tailoring

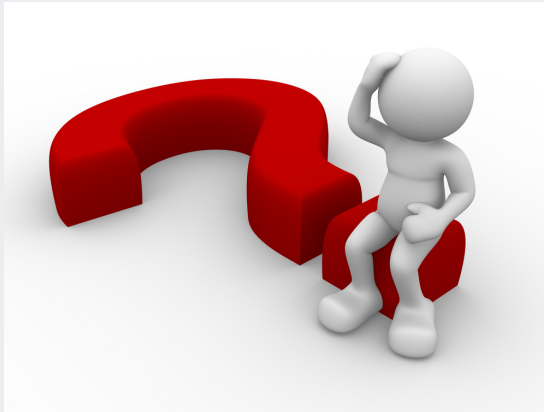
Op basis van de behoefte aan autonomie

Individuele verschillen illustreren de potentie

Behoefte aan autonomie nog niet geïdentificeerd als effect moderator

- Rekening houden met behoefte aan externe controle?
- *Tailoring* van inhoud plafond bereikt?

# Bedankt voor uw aandacht!



## Vragen?

[E.S.Smit@uva.nl](mailto:E.S.Smit@uva.nl)