

# Aidsvoorlichting in Vlaanderen

Inge Aerts

## SAMENVATTING

Aidsvoorlichting heeft niet enkel tot doel mensen te informeren over de ziekte aids en de manieren waarop deze ziekte wordt overgedragen. Aidsvoorlichting heeft ook tot doel mensen aan te zetten tot veilig seksueel gedrag. Voor het voorspellen van gedrag kan men zich baseren op verschillende theoretische modellen. In dit artikel worden de belangrijkste en meest recente besproken. Vooral de verschillende determinanten die het gedrag bepalen, zoals attitudes, sociale norm, risicoperceptie en zelf-effectiviteit spelen de hoofdrol in deze modellen.

In het artikel wordt ook een effectevaluatie van de 'Veilig Vrijen Tournee' beschreven. Dit is een meer persoonlijke voorlichtingsactiviteit die zich richt naar jongeren. De belangrijkste conclusie die men uit het onderzoek kan trekken, is dat kennis relatief makkelijk te veranderen is, maar dat dit absoluut niet geldt voor gedrag. Geen hoopvolle conclusie maar wel een waar men rekening mee moet houden bij het ontwerpen van aids campagnes als men realistische resultaten wil behalen.

Sleutelwoorden: aidspreventie, beredeneerd gedrag, protectie motivatie, elaboration likelihood model, effectevaluatie

Een kritiek die regelmatig terugkomt in de literatuur over aidsvoorlichting, is het gebrek aan een theoretische basis voor het ontwerpen van effectieve voorlichtingscampagnes (Korzenny & Ting-Toomey, 1992:67; Einsiedel, 1988:1). In het eerste deel van dit artikel worden enkele klassieke modellen toegelicht, die gehanteerd worden bij het ontwerpen van aidsvoorlichting. Daarnaast komt een theoretisch kader aan bod dat de verschillende elementen uit deze klassieke modellen integreert.

Aanvullend op het theoretisch aspect wordt het tweede deel van dit artikel besteed aan het evaluatieonderzoek over aidsvoorlichting, waarbij de effectevaluatie van de 'Veilig Vrijen Tournee' als case naar voor wordt gebracht.<sup>1</sup> Zowel de opzet, de methodiek als de resultaten worden besproken.

## ■ THEORETISCHE MODELLEN

### De theorie van beredeneerd gedrag

De eerste theorie die besproken wordt, is de theorie van Fishbein en Azjen. Volgens de theorie van Fishbein en Azjen is het voorspellen van beredeneerd gedrag niet zo moeilijk. Beredeneerd gedrag is volgens hen altijd het gevolg van een intentie. Deze intentie is afhankelijk van twee determinanten, nl. een persoonlijke en een sociale determinant. De persoonlijke determinant is de attitude. Die attitude is op haar beurt afhankelijk van overtuigingen en waarderungen. De sociale determinant van intentie wordt de sociale norm genoemd. Deze sociale norm bestaat uit referent-opvattingen en de motivatie om zich te conformeren. Het is met andere woorden de druk die een persoon uit zijn omgeving ervaart om een bepaald gedrag wel of niet te vertonen (Kok et al., 1987:45).

Volgens Fishbein en Azjen moeten twee soorten beliefs<sup>2</sup> worden veranderd voor er gedragsverandering kan plaatsvinden. Het gaat ten eerste om beliefs over de consequenties van het vertonen van een bepaald gedrag en de evaluatie van die consequenties. Ten tweede gaat het om beliefs die betrekking hebben op wat referenten vinden van dat bepaalde gedrag en de motivatie om zich met deze referenten te conformeren. Alleen als een boodschap zich richt tot deze beliefs, kan er gedragsverandering plaatsvinden. Als men voorlichtingsboodschappen ontwerpt, moet men zich dus richten op de juiste variabele (Korzenny & Ting-Toomey, 1992:3).

### Aanvullingen op de theorie van beredeneerd gedrag

De theorie van beredeneerd gedrag is door verschillende onderzoekers aangevuld met eigen bevindingen. Zo rekent Kok ook de attitudes en de subjectieve norm tot de determinanten van veilig en onveilig seksueel gedrag, maar hij voegt er nog *zelf-effectiviteit* aan toe (Kok, 1994:13). Zelf-effectiviteit staat voor de overtuiging dat men zichzelf in staat acht tot het stellen van een bepaald gedrag. Bandura gebruikte als eerste dit begrip. Volgens hem is zelf-effectiviteit een belangrijke voorspeller van gedrag (Van den Bergh et al., 1994:58).

Zelf-effectiviteit komt ook voor in de lijst van gedragsdeterminanten van Van den Bergh, naast attitudes en *risicoperceptie*. Met risicoperceptie wordt hier de persoonlijke risico-inschatting bedoeld, die het risico van vergelijkbare anderen als referentiepunt heeft. Van den Bergh en zijn medewerkers trekken uit hun onderzoek de conclusie dat de inschatting van het risico het gedrag niet voorspelt. Men kan wel de intentie tot condoomgebruik verhogen door

*geanticipeerde spijt* op te roepen (Van den Bergh et al., 1994:80-90). Geanticipeerde spijt komt ook in het volgende model aan bod.

In het model van aids-gerelateerd gedrag bij jongeren van Richard, Van der Pligt en De Vries behoren naast attitudes, subjectieve normen en zelf-effectiviteit ook *geanticipeerde affectieve reacties* tot de voorspellende variabelen van gedrag. Volgens Loomers en Sugden laten mensen zich bij het maken van keuzes ook leiden door de anticipatie op gevoelens van spijt die kunnen ontstaan als later zou blijken dat ze de verkeerde beslissingen genomen hebben (Meertens, 1991:41-42).

De theorie van Fishbein en Azjen is dus op verschillende punten bijgestuurd, maar wordt toch nog door velen als basis gebruikt.

### **De protection motivation theorie**

De volgende theorie is de protection motivation theorie van Rogers. Het is een cognitief georiënteerd model dat verder gaat op het parallel response model van Leventhal (Jacobs, 1982:83). Deze theorie beschrijft hoe mensen reageren op fear appeals. Volgens Leventhal bestaat er in de meeste gevallen een positieve correlatie tussen angst en persuasie, maar men kan niet spreken van een causaal verband. Verder stelt Leventhal ook dat beschermend gedrag voortkomt uit pogingen om het gevaar te controleren en niet uit pogingen om de angst onder controle te krijgen. Rogers heeft de parallel response theorie van Leventhal uitgebreid, door de componenten van een fear appeal te specificeren. Daarnaast stelt hij dat de cognitieve inschattingen van de bedreiging en de effectiviteit tot attitude- en gedragsverandering leiden.

De protection motivation theorie bestaat uit vier componenten: een eerste component is de waargenomen vatbaarheid voor de bedreiging. Een volgende component is de waargenomen ernst van de bedreiging of de graad van gevaar. Ten derde is er de waargenomen effectiviteit van de aanbevolen respons, en de laatste component is de waargenomen zelf-effectiviteit. De protection motivation theorie stelt dat elk van deze componenten een overeenkomstig cognitief verwerkingsproces veroorzaakt dat een protection motivation respons uitlokt. Zo zal de eerste component leiden tot de schatting van de kans op blootstelling: 'Wat zijn mijn kansen om besmet te raken?' De tweede component zal leiden tot het cognitief verwerkingsproces waarbij de persoon zich zal afvragen: 'Hoe ernstig is aids?' De inschatting van de effectiviteit leidt tot het proces waarbij de persoon zich afvraagt of de aanbevolen respons de bedreiging zal wegnemen: 'Voorkomen condooms besmetting met HIV?' De laatste component leidt dan tot het cognitieve proces waarbij de persoon nagaat of hij in staat is om het aanbevolen gedrag uit te voeren: 'Ben ik in staat condooms te gebruiken?'

De intentie van een persoon om het aanbevolen gedrag te vertonen staat in functie met de hoeveelheid *protection motivation* die door de verschillende cognitieve verwerkingsprocessen is opgeroepen. Als er een adequate hoeveelheid *protection motivation* is opgeroepen, is het waarschijnlijk dat men de boodschap zal accepteren (Korzenny & Ting-Toomey, 1992:69-70).

De *protection motivation* theorie lijkt te verklaren hoe *fear appeals* leiden tot attitude- en gedragsverandering. Toch ziet de *protection motivation* twee elementen over het hoofd. Eerst en vooral specificeert ze niet hoe het cognitieve proces werkt, en ten tweede besteedt ze geen aandacht aan de inhoud van de boodschap (Korzenny & Ting-Toomey, 1992:71).

### **Het elaboration likelihood model**

Eén van de meest bekende informatieverwerkingstheorieën is het elaboration likelihood model ontwikkeld door Petty en Cacioppo, die stellen dat twee mensen eenzelfde boodschap verschillend kunnen interpreteren omwille van hun culturele achtergrond, hun vroegere ervaringen, hun gemoedsgesteldheid, enz. Dit houdt ook in dat deze personen tot een verschillend besluit kunnen komen m.b.t. hun gedrag (Korzenny & Ting-Toomey, 1992:71). Volgens het elaboration likelihood model (ELM) zullen mensen meer over een probleem nadenken als ze betrokken of geïnteresseerd zijn in dat bepaalde thema. De verwerking van de persuasieve boodschap zal dan gebeuren via de centrale route. Attitudes die via deze route veranderd worden, zijn stabiel en blijvend. Als mensen niet geïnteresseerd zijn, dan zijn ze afhankelijk van cues en gebeurt de verwerking in de perifere route. Dit vergt echter weinig cognitief werk, waardoor de attitudeverandering niet stabiel zal zijn en gemakkelijk opnieuw verandert (Petty & Cacioppo, 1986:21).

Het ELM stelt dat variabelen zoals de aantrekkelijkheid van de zender, het gebruikte medium, de stijl van de boodschap, enz. kunnen dienen als cues. Ze kunnen de informatieverwerking in een bepaalde richting sturen door de motivatie of de mogelijkheid om een boodschap te verwerken, te beïnvloeden (Petty & Cacioppo, 1986:16).

Hoewel het ELM één van de bekendste informatieverwerkingsmodellen is, krijgt het ook kritiek. Men verwijt het model een gebrek aan ondersteuning door een meta-analyse. Toch blijft het elaboration likelihood model heel bruikbaar voor het creëren van een algemeen kader voor persuasieve boodschappen (Petty & Cacioppo, 1986:72).

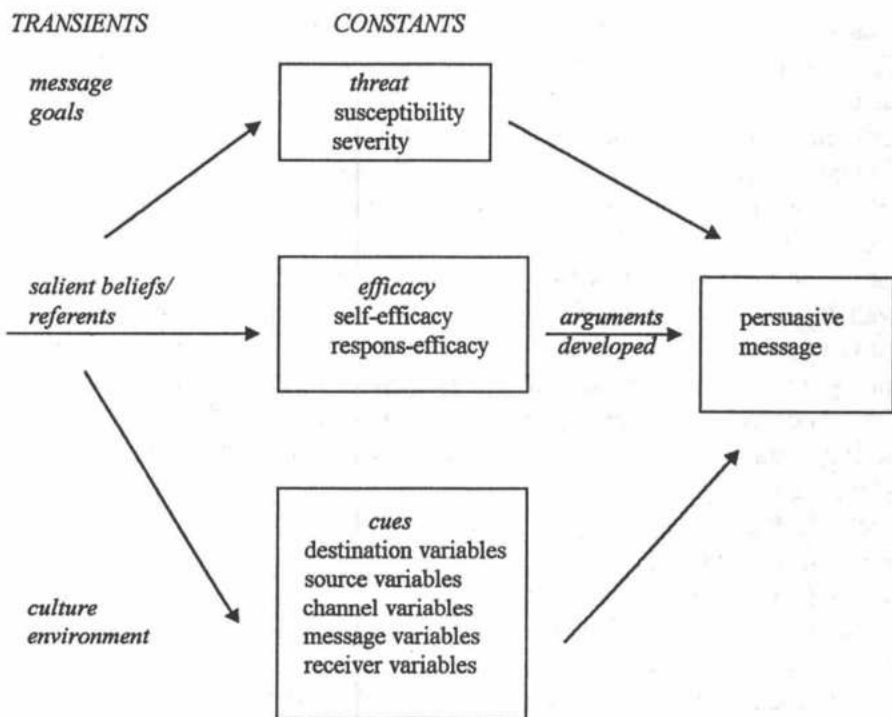
### **Kader voor het ontwerpen van voorlichtingscampagnes**

Recent is een nieuw model ontwikkeld voor het ontwerpen van voorlichtingsboodschappen over gezondheid. Dit kader bevat elementen uit de drie theo-

rieën die we al behandeld hebben, nl. de protection motivation theorie, de elaboration likelihood theorie en de theorie van beredeneerd gedrag.

De constante componenten van het kader (constants) dienen om de inhoud van een persuasieve boodschap te structureren. De voorbijgaande of tijdelijke elementen (transients) veranderen naargelang de doelgroep en de bedoeling van de boodschap. Overtuigingen, referenten, cultuur, omgeving en doelstellingen van een boodschap zijn tijdelijke componenten. De tijdelijke componenten geven informatie over de doelgroep aan de constante componenten, die deze informatie gebruiken om argumenten te ontwikkelen.

Schema 1: Een kader voor het ontwikkelen van een cultureel-specifieke gezondheidsvoorlichting (Korzenny & Ting-Toomey, 1992:75)



De eerste twee constante componenten behandelen de structurele aspecten van de inhoud. Dit wil zeggen dat men wat betreft de bedreigingscomponent *threat* de argumenten moet richten naar beliefs i.v.m. vatbaarheid en severity die voor de doelgroep belangrijk zijn. Wat betreft de effectiviteitscomponent *efficacy* moet men de argumenten richten naar beliefs i.v.m. zelf- en response-effectiviteit die voor de doelgroep van belang zijn. Alhoewel het onderwerp van de boodschap kan veranderen (het kan gaan om aidsvoorlichting, maar

ook om kankervoorlichting, etc.), blijft de focus van elke constante component hetzelfde.

Argumenten op basis van bedreiging en effectiviteit zijn de motor voor het overtuigen van mensen om de boodschap te verwerken en het voorgesteld gedrag aan te nemen. Als men sterke argumenten naar voor brengt, is de kans groot dat mensen de moeite doen om de boodschap te verwerken. Het is van belang dat de cognitieve inschattingen van de bedreiging worden begeleid door sterke respons- en effectiviteitspercepties. Men moet m.a.w. het voorgesteld gedrag als effectief beschouwen om de bedreiging tegen te gaan.

Een bijkomende motivatie is het gebruik van belangrijke beliefs, dit zijn tijdelijke elementen (transients). Deze elementen hebben twee functies. Ten eerste verhogen zij de persoonlijke relevantie bij het doelpubliek. Als mensen meer belang hebben bij of geïnteresseerd zijn in een bepaald thema, gebeurt het verwerkingsproces gemakkelijker. De tweede functie van de tijdelijke elementen is het ontwikkelen van een overeenkomst tussen beliefs, boodschap en voorgesteld gedrag. Hoe groter de overeenkomst tussen deze elementen, hoe groter de gedragsverandering.

De derde constante component van het kader is gebaseerd op de perifere cues die ook in het ELM voorkomen. Er kunnen verschillende redenen zijn waarom een publiek de boodschap niet kan verwerken via de centrale route. Mensen zijn soms te moe, vinden de boodschap niet interessant, etc. Daarom is het nodig verschillende perifere cues in de boodschap in te bouwen. Deze strategie zorgt ervoor dat ook diegene die niet geïnteresseerd is, toch de boodschap verwerkt (Korzenny & Ting-Toomey, 1992:75-77).

Tot slot is er nog een groep van variabelen die het verwerkingsproces beïnvloeden. Deze variabelen worden verdeeld in vijf groepen: bestemming-variabelen, bron-variabelen, boodschap-variabelen, kanaal-variabelen en ontvanger-variabelen. Ontvangers van een boodschap zijn zich niet constant bewust van het gebruikte medium, de stijl van de boodschap, de betrouwbaarheid van de zender, etc. Het zijn juist deze variabelen die onbewust het verwerkingsproces in de perifere route stimuleren (Edgar et al., 1993:512). Daarom moet men zoveel mogelijk cue variabelen in de boodschap verwerken. Hierdoor wordt de boodschap belangrijk voor elk lid van het doelpubliek (Korzenny & Ting-Toomey, 1992:77-78).

Met dit laatste kader sluiten we het eerste deel van dit artikel af. De theoretische basis voor het ontwerpen van voorlichtingscampagnes vormt een belangrijk fundament, maar ook onderzoek over voorlichting mag niet uit het oog verloren worden. Onderzoek geeft hiaten aan in bestaande campagnes en vormt zo de bouwsteen voor het ontwerpen van nieuwe voorlichtingsactiviteiten. In het tweede deel van dit artikel gaan we dieper in op het evaluatieonder-



zoek. Evaluatieonderzoek kan zowel de effecten van de campagne nagaan, als het volledige voorlichtingsproces onder de loep nemen.

## ■ EVALUATIEONDERZOEK

Naast de theoretische basis voor het ontwerpen van aidscampagnes, komt nu het onderzoek over aidsvoorlichting aan bod. Voor de eindverhandeling 'Aidsvoorlichting in Vlaanderen: een vergelijking tussen de "zet 'm op" campagne en de "veilig vrijen tournee"' is een kleinschalige effectevaluatie van de 'veilig vrijen tournee' doorgevoerd. Achtereenvolgens worden de opzet, de methodiek en de resultaten besproken.

### Onderzoekshypothesen

Aan de basis van het onderzoek ligt de volgende onderzoeksvraag: 'Heeft de Veilig Vrijen Tournee een effect op kennis en/of attitude en/of gedrag van de deelnemers aan deze voorlichtingsactiviteit?' Deze onderzoeksvraag is driedig. Daarom is eerst nagegaan of er een effect op kennis is. Verwacht wordt dat de VVT een kennisvermeerdering teweegbrengt. *Hypothese 1: De VVT zal voor gevolg hebben dat er bij de deelnemers een kennisvermeerdering optreedt.*

Naast kennis is ook de houding van mensen tegenover condooms een cruciale variabele in het Aids-preventief onderzoek. Daarom wordt ook het effect op de attitude t.o.v. condooms gemeten (Van den Bergh, 1994:24). Er is de verwachting dat de VVT bij de deelnemers een meer positieve attitude t.o.v. condooms zal bewerkstelligen. *Hypothese 2: De VVT zal voor gevolg hebben dat de deelnemers een meer positieve attitude t.o.v. condooms zullen hebben.*

Tot slot wordt dan ook het effect van de VVT op het gedrag gemeten. Dit gebeurt aan de hand van de variabelen intentie, verwachting en self-efficacy (de overtuiging dat men zichzelf in staat acht tot het stellen van een bepaald gedrag), aangezien gedrag zelf moeilijk te meten is. De verwachting is dat de deelnemers in de toekomst vaker condooms zullen gebruiken tijdens het vrijen. *Hypothese 3: De VVT zal voor gevolg hebben dat de deelnemers in de toekomst meer 'veilig vrijen' d.w.z. dat ze bij het vrijen vaker gebruik maken van een condoom.*

### Onderzoeksontwerp

Het onderzoeksdesign dat het meest geschikt is om het oorzakelijk effect van een onafhankelijke variabele te bepalen, is het klassieke experiment. Naast het

klassieke experiment zijn er echter nog andere onderzoeksdesigns die vrij gelijkend zijn met het experiment, maar die er toch op een aantal essentiële punten van afwijken. Deze ontwerpen kunnen op basis van hun overeenstemming met het klassieke experiment worden ingedeeld in niet- of pre-experimentele ontwerpen en quasi-experimentele ontwerpen. Het essentiële onderscheid tussen deze ontwerpen ligt in de mate waarin er gecontroleerd wordt op het effect van storende factoren.

Pre-experimentele designs laten doorgaans niet toe om causale uitspraken te doen, omdat ze er niet in slagen een aantal alternatieve verklaringen uit te schakelen. Met alternatieve verklaringen worden buitenexperimentele gebeurtenissen bedoeld, die vanuit het design niet gecontroleerd kunnen worden, maar die wel verantwoordelijk kunnen zijn voor de verandering van de waarden van de afhankelijke variabele (Loosveldt, 1994:22).

Het ontwerp dat voor het onderzoek naar het effect van de VVT gebruikt is, lijkt het meest op het 'one-group pretest posttest design'. In dat ontwerp wordt er gewerkt met één enkele groep waarbij er eerst een voormeting (O1) gebeurt van de afhankelijke variabele. Daarna krijgt de groep de behandeling, de methode of het programma (Xe) aangeboden waarvan men de effecten wenst vast te stellen. Tot slot gaat men met hetzelfde meetinstrument terug de waarde van de afhankelijke variabele bepalen (O2). Bij deze voorstelling lijkt de onafhankelijke variabele in dit design niet te variëren en zou het bijgevolg niet mogelijk zijn om het effect ervan te bepalen. Deze voorstelling is echter onjuist omdat de variabiliteit van de onafhankelijke variabele ontstaat doordat de experimentele situatie in feite wordt vergeleken met de situatie of het moment waarbij de experimentele manipulatie nog niet was opgetreden. Het tijdselement dat in dit design aanwezig is, maakt de vergelijking mogelijk (Loosveldt, 1992:30-31; Shaughnessy & Zechmeister, 1990:323-324). Het design dat voor het onderzoek naar het effect van de VVT gebruikt wordt, verschilt lichtjes van het 'one-group pretest posttest design'. Er worden namelijk twee posttesten (O2 en O3) uitgevoerd. Er wordt zowel een posttest dadelijk na de voorlichting, als elf weken na de voorlichting uitgevoerd. De periode van elf weken komt tegemoet aan het vooropgestelde minimum van twee maanden en de organisatorische mogelijkheden. Op deze manier kunnen zowel de effecten op 'korte' als 'lange' termijn worden gemeten. Gezien het tijdsbestek van een eindverhandeling zijn 'korte' en 'lange' termijn in dit geval relatieve begrippen.

## Onderzoeksgroep

Er is geopteerd om voor het onderzoek niet representatief te werken. Aangezien de VVT's op verschillende tijdstippen, voor verschillende leeftijden en met verschillende frequenties per provincie, georganiseerd worden, is het



inderdaad niet haalbaar om representatief te werken. Daarenboven is het voor dit onderzoek moeilijk om het vereiste aantal respondenten te verzamelen om representatief te werken. Een VVT is slechts bedoeld voor een groep van 15 à 20 personen. Bovendien dient de verwerking van de gegevens binnen een bepaalde periode te gebeuren. Er zal dus slechts een kleine groep respondenten kunnen worden onderzocht. Het is daarom van groot belang dat de uitval van respondenten beperkt wordt.

De uiteindelijke respondentengroep voor het onderzoek bestaat uit leerlingen van het vijfde middelbaar van het Sint-Gertrudisinstituut in Landen, voor wie er op 23 en 24 november 1995 een VVT georganiseerd werd in het JAC van Leuven. Voor de respondenten maakt de VVT verplicht deel uit van het schoolpakket, waardoor de uitval beperkt wordt. In het totaal gaat het om 66 leerlingen, zowel jongens als meisjes, zowel uit ASO, TSO als BSO.

Na de tweede posttest blijven er nog 59 respondenten over. Drie respondenten (de enige drie leerlingen uit het BSO) vulden de tweede vragenlijst niet correct in. De variabele onderwijstype heeft hierdoor slechts 2 categorieën nl. ASO en TSO. Vier andere respondenten (1 jongen en 1 meisje uit het ASO en twee jongens uit het TSO) waren tijdens de afname van de derde vragenlijst afwezig wegens ziekte. De overgebleven 59 respondenten zijn als volgt verdeeld: er zijn 28 jongens (47,5%) en 31 meisjes (52,5). 37 leerlingen (62,7%) komen uit het ASO en 22 leerlingen (37,3%) komen uit het TSO.

## Meetinstrument

Als meetinstrument wordt een schriftelijke gestructureerde vragenlijst gebruikt. Deze methode van dataverzameling heeft de voorkeur aangezien de vragen betrekking hebben op een gevoelig onderwerp en de onderzoeksgroep bestaat uit 59 respondenten.

De vragenlijst is opgesteld aan de hand van literatuur en reeds bestaande vragenlijsten. De kennisvragen zijn gebaseerd op een kennistest in 'Den Vrijen Courant' (IPAC-uitgave 1996) en de attitude- en gedragsvragen zijn gebaseerd op een vragenlijst die al gebruikt werd voor een onderzoek naar seksueel risicogedrag aan het departement psychologie van de K.U.Leuven (Van den Bergh, 1994).

Aangezien het de opzet is om zowel het effect in kennis, attitude en gedrag te meten, zijn er in de vragenlijst drie grote blokken van vragen opgenomen die elk betrekking hebben op één van deze drie variabelen. Op het einde van de vragenlijst zijn ook de onafhankelijke variabelen geslacht en onderwijstype opgenomen om vergelijkingen tussen de verschillende groepen te maken.

Er zijn drie vragenlijsten van elke respondent afgenomen. De drie vragenlijsten bevatten dezelfde vragen. Voor de tweede vragenlijst zijn de volgorde en de formulering van de vragen veranderd, zodanig dat de respondenten niet de

indruk zouden hebben om voor een tweede keer dezelfde vragenlijst in te vullen. Voor de tweede posttest (elf weken na de pretest en de eerste posttest) is opnieuw de eerste vragenlijst gebruikt. In het totaal zijn er 177 vragenlijsten afgenomen.

### **Theoretische basis voor het verwerken van de gegevens**

In veel experimenten levert elk subject twee of meer scores. Dit is bijvoorbeeld het geval wanneer men op verschillende tijdstippen de scores van verschillende variabelen meet. De term *repeated measures* wordt gebruikt om deze metingen te beschrijven, omdat de scores (*measures*) van elk subject meer dan eens (*repeated*) verkregen worden. De term *within subjects* wordt ook wel gebruikt.

De bedoeling van een *one factor repeated measures design* is het meten van de effectiviteit van de onafhankelijke variabele, gescheiden van de individuele verschillen tussen de subjecten onderling (Collyer & Ens, 1986:114-115). Het is mogelijk om het gebruikte design te beschouwen als een *one factor repeated measures design*. De subjecten van de effectevaluatie van de VVT hebben immers 3 condities ondergaan. De respondenten kregen op 3 verschillende tijdstippen een vragenlijst voorgeschoteld. De data werden verwerkt met een MANOVA-procedure.<sup>3</sup>

### **Resultaten**

Na de verwerking van de gegevens worden de belangrijkste effecten van de VVT op een rij gezet. Eerst worden de veranderingen in kennis en attitude besproken, en vervolgens worden de belangrijkste conclusies naar de variabelen geslacht, seksuele ervaring en onderwijstype gegroepeerd.<sup>4</sup>

Het kennisniveau stijgt dadelijk na de voorlichting en daalt lichtjes in de volgende weken, maar blijft toch nog een hoog niveau behouden. De VVT realiseert dus op lange termijn een kennisvermeerdering bij de respondenten.

Het affect t.a.v. een condoom stijgt dadelijk na de voorlichting en daalt opnieuw naar het oorspronkelijke niveau in de weken na de voorlichting. Er is dus geen langetermijneffect op het affect van de respondenten. Verder heeft de VVT noch een langetermijneffect op de eigen attitude, noch op de geschatte attitude van leeftijdsgenoten.

Vervolgens zijn de resultaten gegroepeerd voor de variabele geslacht. Wat betreft het kennisniveau scoren meisjes gedurende de volledige periode beter dan jongens. Over het hele tijdsverloop weten meisjes dus meer over aids dan jongens.

Daarnaast is de eigen attitude van meisjes positiever dan de eigen attitude van jongens. Ook de geschatte attitude van leeftijdsgenoten wordt bij meisjes positiever geëvalueerd dan bij jongens.

Wat betreft het condoomgebruik vinden meisjes het gebruik van een condoom verstandiger dan jongens. Condoomgebruik wordt door meisjes ook als minder storend ervaren dan door jongens.

Jongens zijn op hun beurt dadelijk na de VVT er meer van overtuigd dat ze in de toekomst een condoom zullen gebruiken. Meisjes denken ook dadelijk na de voorlichting dat ze in de toekomst een condoom zullen gebruiken, maar deze overtuiging is minder sterk in de weken na de voorlichting.

Zowel jongens als meisjes denken na de voorlichting dat ze beter in staat zijn om een condoom te gebruiken. Bij jongens stijgt deze overtuiging nog in de volgende weken. Bij meisjes echter daalt deze overtuiging in de weken na de VVT.

Wat de variabele onderwijstype betreft, wordt eerst het tijdsverloop van het kennisniveau bij leerlingen van het ASO nagegaan. Het kennisniveau van leerlingen van het ASO stijgt dadelijk na de voorlichting en daalt terug in de weken na de voorlichting. Bij de leerlingen van het TSO stijgt het kennisniveau dadelijk na de VVT en het niveau blijft ook in de daaropvolgende weken stijgen.

Het tijdsverloop van de attitude van leeftijdsgenoten volgt bij leerlingen van het ASO en het TSO eenzelfde patroon. Vervolgens hebben leerlingen van het ASO een groter gevoel van wantrouwen dan leerlingen van het TSO. Tot slot vinden leerlingen van het ASO het gebruiken van een condoom meer storend dadelijk na de VVT. Elf weken later vinden ze het gebruiken van een condoom terug minder storend. Bij leerlingen van het TSO is het tijdsverloop op dit item het tegenovergestelde. De leerlingen vinden het gebruiken van een condoom dadelijk na de voorlichting minder storend, maar na elf weken vinden ze een condoom gebruiken terug meer storend.

Vervolgens bekijken we de invloed van de variabele seksuele ervaring. Inconsistente condoomgebruikers hebben op alle momenten een negatief affect. Ook de eigen attitude van inconsistente condoomgebruikers is negatiever dan die van consistente condoomgebruikers en onervaren respondenten. De geschatte attitude van leeftijdsgenoten wordt door de onervaren respondenten het meest positief geëvalueerd, maar het tijdsverloop van de geschatte attitude van leeftijdsgenoten loopt voor onervaren respondenten, consistente en inconsistente condoomgebruikers hetzelfde.

Onervaren respondenten en consistente condoomgebruikers vinden het condoomgebruik minder storend dan inconsistente condoomgebruikers.

Tot slot hebben inconsistente condoomgebruikers lage scores voor de items verwachting, self-efficacy en intentie, de variabelen die het toekomstig gedrag meten.

Volledigheidshalve moet er worden vermeld dat zogenaamde *sleeper-effecten* kunnen optreden. Sleeper-effecten zijn langetermijneffecten die slechts lange tijd na het uitzenden van een boodschap zichtbaar worden (Fauconnier, 1992: 109). Het is dus mogelijk dat de VVT op langere termijn nog andere effecten teweegbrengt dan de effecten die tijdens het onderzoek naar voor komen. Om dit te weten moet er nog een derde posttest uitgevoerd worden. Dat was in het kader van de eindverhandeling echter niet mogelijk.

## ■ BESLUIT

Evaluatieonderzoek en theorie over het ontwerpen van voorlichtingscampagnes vormen twee fundamentele hoekstenen voor aidsvoorlichting. Het is belangrijk dat recente ontwikkelingen op het vlak van theorie op de voet gevolgd worden en ook daadwerkelijk in praktijk worden gebracht. Daarnaast moet er ook gewerkt worden aan de hiaten die door evaluatieonderzoek aan het licht komen. De aidsproblematiek is nog steeds actueel en effectieve aidsvoorlichting blijft daarom onontbeerlijk.

## NOTEN

- 1 De 'Veilig Vrijen Tournee' is een interpersoonlijke voorlichtingsactiviteit georganiseerd door de Jongerenadviescentra (JAC's) van Vlaanderen. Medewerkers van de JAC's geven aidsvoorlichting aan jongeren in kleine groepen. In een eerste deel wordt informatie gegeven over de overdracht van het HIV-virus en krijgen de jongeren ook de mogelijkheid om het juiste condoomgebruik in te oefenen op kunstpenissen. In het tweede deel wordt aandacht besteed aan de intentie en de houding van de jongeren over veilig vrijen. In het verdere verloop van de tekst wordt de 'Veilig Vrijen Tournee' vermeld als de VVT.
- 2 Er wordt geopteerd om het begrip 'beliefs' niet te vertalen omdat een vertaling moeilijk het volledige begrip kan dekken. In de context van dit artikel kan men 'beliefs' het best opvatten als 'overtuigingen'.
- 3 Met dank aan An Victoir voor haar hulp bij het verwerken van de gegevens.
- 4 Een volledig overzicht van de resultaten is terug te vinden in de eindverhandeling 'Aidsvoorlichting in Vlaanderen: een vergelijking tussen de "zet 'm op" campagne en de "veilig vrijen tournee"'.

## LITERATUURLIJST

- Collyer, C.E. & Ens, J.T. (1986) *Analysis of Variance: The Basic Designs*. Chicago: Nelson-Hall Publishers.
- Edgar, T. (1993) 'The Role of Communication in Health Promotion', *Communication Research*, 4: 504-516.
- Fauconnier, G. (1992) *Mens en Media: Een Introductie tot de Massacommunicatie*. Leuven: Garant.
- Jacobs, L. (1982) *Het Fear Appeal in de Persuasieve Communicatie: Een Literatuur- en Praktijkonderzoek*. Leuven: Verhandeling Departement Communicatiewetenschap, K.U.Leuven.
- Kok, G.J. et al. (1987) *Voorlichting en Verandering*. Groningen: Wolters-Noordhoff.
- Kok, G.J. (1994) *Aidspreventie en Gezondheidsvoorlichting*. Maastricht: Stichting Aids Fonds.
- Korzenny, F. & Ting-Toomey, S. (1992) *Mass Media Effects Across Cultures*. London: Sage.
- Loosveldt, G. (1994) *Cursus Ontwerp en Analyse*.
- Meertens, R.W. (1991) *Sociale Psychologie & Voorlichting en Maatschappelijke Problemen*. 's Gravenhage: VUGA.
- Petty, E.P. & Cacioppo, J.T. (1986) *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. New York: Springer-Verlag.
- Shaughnessy, J.J. & Zechmeister, E.B. (1990) *Research Methods in Psychology*. New York: McGraw-Hill.
- Van den Berg, O. et al. (1994) *Preventie van Riskant Seksueel Gedrag bij Jongeren van het Secundair Onderwijs: Een Analyse van Enkele Sleutelvariabelen*. Leuven: Departement Psychologie, K.U.Leuven.

## AUTEUR

Inge Aerts is licentiaat communicatiewetenschappen, K.U.Leuven.

Dit artikel is gebaseerd op haar eindverhandeling *Aidsvoorlichting in Vlaanderen: een vergelijking tussen de 'zet 'm op' campagne en de 'veilig vrijen tournee'*, juli 1996.