

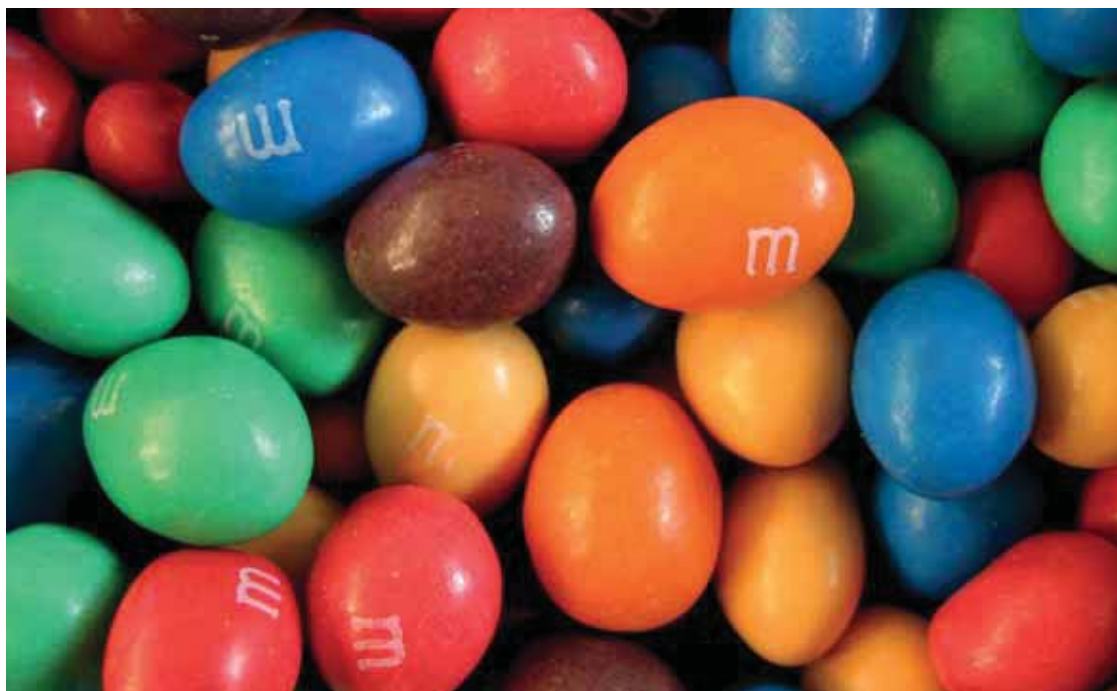
‘ONGEZOND KIEZEN IS *DEFAULT*’

De mens is een irrationeel wezen en daarom werken campagnes voor een gezonde lifestyle maar ten dele. Dit betoogde sociaal psycholoog Reint Jan Renes in zijn lezing bij de opening van food4you. ‘Mensen nemen beslissingen vaak op basis van irrationele argumenten.’

Iedereen kent het wel: na een veel te overvloedig diner toch ook nog even dat vette en zoete toetje scoren. Of die zak snoep, die leeg móet. Keuzes die vanuit rationeel oogpunt onverklaarbaar zijn, maar Reint Jan Renes, van de sectie Communicatiewetenschap, weet dat de mens als berekenend rationeel wezen een illusie is. ‘De homo economicus, die rationeel handelt vanuit een kostenbaten analyse bestaat niet’, betoogde hij bij de opening van het food4you festival in Ede. ‘Mensen zijn slechts beperkt rationeel en handelen veelal op basis van instincten en onbewuste processen. Dit geldt zeker voor de keuze van de voeding.’

ONGEZOND IS DEFAULT

Die drang naar het ongezonde kan volgens Renes verklaard worden door onze erfelijke aanleg. Diep van binnen zijn we nog steeds die oermens voor wie vet eten en zoveel mogelijk voedsel naar binnen schrokken weldegelijk nuttig was. Maar dit is een ramp in onze westerse samenleving. Onze instinctieve drang naar variatie pakt in onze maatschappij van overvloed



‘Mensen eten meer uit een schaal met 10 verschillende kleuren M&M’s, dan uit een schaal met 7 kleuren.’

en verscheidenheid compleet verkeerd uit. ‘Experimenten hebben laten zien dat die drang naar diversiteit snel leidt tot teveel eten’, legt Renes uit. ‘Mensen eten bijvoorbeeld meer uit een schaal met 10 verschillende kleuren M&M’s, dan uit een schaal met 7 kleuren.’

Niet alleen de genen zetten ons op het ongezonde been, maar ook de maatschappij werkt schadelijke gedrag in de hand. Lift en roltrappen maken het leven gemakkelijker en je hoeft nooit ver te lopen om een fastfood restaurant of een snackbar te vinden. De keuze voor een gezonde levensstijl moet je

steeds bewust maken. ‘Ongezond is default’, licht Renes toe. Hij toont zich daarom niet verrast dat overheids campagnes om gezonder te leven slecht werken. ‘Door er bij jongeren alleen maar op te hameren dat alcohol later borstkanker kan veroorzaken, overschat je de kracht van de vrije wil’, stelt hij. ‘Alcohol heeft namelijk ook de onbewuste associatie met gezelligheid en een ontspannen avondje uit met vrienden.’

NEGATIEVE ASSOCIATIES

De oplossing ligt volgens de psycholoog in slimme marketing van



die gezonde levensstijl. Daarnaast moet je het mensen makkelijk maken voor gezond te kiezen en moet het moeilijk of zelfs onmogelijk zijn de ongezonde keuze te maken. Als voorbeeld noemt Renes het rookbeleid. ‘Je moet nu fysiek moeite doen om te roken en er bewust voor kiezen’, licht hij toe. ‘Niet roken is nu de *default* keuze.’

In de campagnes om het alcoholgebruik bij jongeren te verminderen zou je volgens Renes subtiel negatieve associaties rond drank kunnen creëren en de boodschap zo impliciet meenemen. Door in campagnes rekening te houden met die irrationele keuzes kunnen mensen wellicht worden overgehaald dat toetje toch maar voorbij te laten gaan. © Hans Wolkers

[E]

The full story?
resource.wur.nl/en

CONTROLLED BY OUR SUBCONSCIOUS

Food is all about irrational choices, said Reint Jan Renes in his talk at the opening of Food4you. Having that heavy pudding after a huge meal is not a reasoned decision. We still act on instincts that

were useful for prehistoric man but have a devastating effect in today’s society, like our love of fatty food and variety. Also, our society makes an unhealthy lifestyle the default option. Current healthy living campaigns do not have any effect because they assume a ration-

al choice. They would work better if they created subconscious negative associations with unhealthy habits. So no more happy beer drinkers.