



University Medical Center Groningen

University of Groningen

Convincing through conversation

Donné, Lennie

IMPORTANT NOTE: You are advised to consult the publisher's version (publisher's PDF) if you wish to cite from it. Please check the document version below.

Document Version

Publisher's PDF, also known as Version of record

Publication date:

2018

[Link to publication in University of Groningen/UMCG research database](#)

Citation for published version (APA):

Donné, L. (2018). Convincing through conversation: Unraveling the role of interpersonal health communication in health campaign effectiveness. [Groningen]: Rijksuniversiteit Groningen.

Copyright

Other than for strictly personal use, it is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Take-down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Downloaded from the University of Groningen/UMCG research database (Pure): <http://www.rug.nl/research/portal>. For technical reasons the number of authors shown on this cover page is limited to 10 maximum.

Stellingen behorend bij het proefschrift

Convincing through conversation

Unraveling the role of interpersonal health communication in health campaign effectiveness

Lennie Donné

1. Interpersoonlijke gezondheidscommunicatie is doelgericht gedrag, waarbij voor de deelnemers behalve instrumentele doelen, ook interpersoonlijke doelen en identiteitsdoelen een rol spelen. *(dit proefschrift)*
2. In onderzoek naar interpersoonlijke gezondheidscommunicatie moeten verschillende soorten communicatiegedrag worden onderscheiden, die elk verschillen in hun voorspellers en hun effecten. *(dit proefschrift)*
3. Om interpersoonlijke gezondheidscommunicatie uit te lokken is het niet aan te raden de complexiteit van gezondheidsboodschappen te vergroten, maar boodschappen te ontwikkelen die de ontvangers als persoonlijk relevant ervaren en die plezierige gevoelens uitlokken. *(dit proefschrift)*
4. Als het doel is om gesprekken over een gevoelig gezondheidsonderwerp te stimuleren, kan een campagne met boodschappen in narratieve vorm daarvoor een geschikt middel zijn. *(dit proefschrift)*
5. Om de gewenste gezondheidscommunicatie-effecten te bereiken, is het soms voldoende om *casual talk* uit te lokken. *(dit proefschrift)*
6. Om inzicht te krijgen in de werking van interpersoonlijke gezondheidscommunicatie is een gedetailleerde analyse van de inhoud van de gesprekken die plaatsvinden essentieel. *(dit proefschrift)*
7. In this world, there are things you can only do alone, and things you can only do with somebody else. It's important to combine the two in just the right amount. *(Haruki Murakami)*