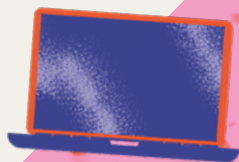
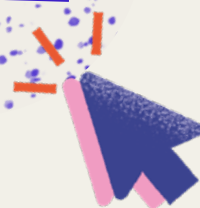


werkbundel



LESPAKKET

#SMØKE FREE



Inhoud

Inleiding	03
Gedragbeïnvloeding	04
Wat beïnvloedt gedrag?	06
Hoeveel jongeren roken of vaperen?	06
Hoe werken sociale normen?	06
De negatieve gevolgen van roken of vaperen	07
Waarom roken of vaperen mensen?	08
Vijf elementen die gedrag beïnvloeden	09
Hoe beïnvloeden media ons gedrag?	11
Hoe vaak zie je sigaretten in series en films?	11
Roken en vaperen in (sociale) media	12
Hoe beïnvloeden beelden van roken en vaperen mij?	14
Wat willen ze dat ik zie?	17
Overtuigende elementen	19
Reflectie	20
Gezondheidscampagnes	21
Zo werken gezondheidscampagnes	23
What the smoke campagne	24
Maak zelf een campagne	27
Werk je eigen campagne uit!	28
Bijlagen	31
Bijlage 1 – Factsheet roken	32
Bijlage 2 – Factsheet vaperen	33

Inleiding

#Smokefree

Welkom in het #SmokeFree werkboek. Met deze lessen ontdek je welke dingen invloed hebben op roken en vaperen. Eerst kijken we naar wat offline meespeelt (zoals hoe jij of je vrienden denken over roken en hoe jullie elkaar kunnen beïnvloeden). Daarna onderzoeken we de rol van media (zoals sociale media, scènes waarin personages roken in populaire tv-series of in films). Zo leer jij herkennen wat er rondom jou gebeurt en denk je na over wat jij er zelf van vindt.

Symbolen in de werkbundel



Opdracht



Theorie

Woordenlijst

Hieronder vind je de uitleg van woorden uit de lessenreeks.

Woord	Betekenis
Vape / e-sigaret	Een sigaret waarin vloeistof warm wordt gemaakt tot er damp uit komt. Vapes/e-sigaretten bestaan in verschillende vormen, kleuren en smaken.
Gedragsbeïnvloeding	Iemand iets laten doen.
Nicotine	Een verslavende stof in sigaretten/vapes.
Gezondheidscampagne	Een boodschap waarin mensen aangemoedigd worden om gezonde gedragingen te stellen.
Slogan	Een korte zin waarmee een boodschap duidelijk wordt gemaakt. Slogans worden gebruikt in reclames en gezondheidscampagnes. Voorbeelden hiervan zijn 'Een échte toast op je gezondheid' van Tournée Minérale, of 'Because you're worth it' van L'Oréal.
Storyboard	Een storyboard bevat een reeks van vierkanten waarin je iedere shot van een video visueel voorstelt en waarin je noteert wat er gezegd wordt.

Hulp nodig? Surf naar www.vandale.be of www.encyclo.nl.

Gedrags- beïnvloeding



Inleiding

In dit deel ontdek je welke factoren invloed hebben op ons gedrag. We bespreken vijf elementen die gedrag beïnvloeden. Je ontdekt hoe jij denkt over het gedrag van anderen en wat jij gewoon of normaal vindt. Je leert ook hoe je beter kan zien wat bepaalde media en anderen je proberen vertellen over roken en vaperen, en hoe dat jouw gedrag kan beïnvloeden.

Na dit deel kan je

De leerdoelen geven aan wat je hebt geleerd na het volgen van dit onderdeel.

Vink voor jezelf aan als je de doelen hebt bereikt.

Ik kan ...

- ☐ de verschillende kenmerken die een invloed hebben op je gedrag opsommen en uitleggen.
- ☐ de verschillende kenmerken die een invloed hebben op gedrag herkennen in verschillende contexten zoals op tv en sociale media.
- ☐ met een kritische blik kijken naar mediaberichten op tv en sociale media die gaan over roken of vaperen.
- ☐ met klasgenoten discussiëren over de invloed die media kan hebben op jouw gedrag en dat van anderen rondom jou.

Oefening 1

Hoeveel jongeren roken of vaperen?



Maak een inschatting.

- Hoeveel jongeren roken volgens jou?
- Hoeveel jongeren vaperen volgens jou?

Vul in.

Hoeveel procent van de jongeren heeft nog nooit gerookt of gevaperd?

... % van de jongeren heeft nog nooit tabak gerookt.

... % van de jongeren heeft nog nooit gevaperd.



Hoe werken sociale normen?

Soms hebben we een vertekend beeld van hoeveel mensen iets doen. Dat komt door 'sociale normen'. Want soms trekt iets gewoon meer onze aandacht.

Bijvoorbeeld

Je onthoudt dat je mensen aan de schoolpoort zag roken of vaperen, maar je onthoudt niet de mensen die dat niet doen. Daarom lijkt het alsof roken of vaperen meer 'normaal' is dan in werkelijkheid het geval is.

Oefening 2

Wat zijn de negatieve gevolgen van roken of vaperen?



Wat zijn volgens jou de negatieve gevolgen van roken en vaperen?



Oefening 3

Waarom roken of vaper mensen?



Wat zijn volgens jou redenen waarom mensen beginnen met of blijven roken en vaper?



Waarom doe ik wat ik doe?

Als mens maken we de hele tijd keuzes. Ga ik studeren? Of kijk ik eerst naar mijn favoriete serie? Neem ik een stuk fruit? Of toch eerder een koek? Elke keuze kan worden beïnvloed. Dat heet **gedragsbeïnvloeding**.

Wanneer we dingen doen, doen we dat ofwel gepland of spontaan.

- Als we iets **plannen**, dan denken we daar eerst over na.

Bijvoorbeeld

Je hebt afgesproken om met je vrienden na de schooluren samen te gaan zwemmen. Je hebt dit in je agenda genoteerd en hebt je zwemgerief alvast klaargelegd. Je hebt dit dus gepland en je hebt je hierop voorbereid.

- Als we iets **spontaan** doen, is dat vaak omwille van wat er rondom ons gebeurt.

Bijvoorbeeld

Je bent samen met je vrienden en zij beslissen om naar het skatepark te gaan. Je had op voorhand niet gedacht om naar het skatepark te gaan. Jij gaat mee omdat je vrienden ernaartoe gaan.

Gedrag (zoals roken, joggen, fruit eten, alcohol drinken ...) kan beïnvloed worden door **vijf elementen**.

De vijf elementen die gedrag beïnvloeden

(Voorbeeld toegepast op roken)

1. Hoe denk ik over dit gedrag?

Vinden we dat roken er cool of stoer uitziet? Of toch eerder stom of vies? Als we roken stom of vies vinden, overwegen we het ook niet.

2. Wat denk ik dat anderen denken over dit gedrag?

Vinden onze vrienden roken stoer of stom? Als we weten dat onze omgeving (bv. vrienden en ouders) roken stom vindt, zullen we het minder snel overwegen.

3. Hoeveel andere mensen zie ik het doen?

Roken veel mensen in onze omgeving? Stel dat we op een feestje zijn waar negen van de tien vrienden roken. Dan zijn we zelf eerder bereid om het ook te proberen dan wanneer onze vrienden dat niet doen.

4. Welke gevolgen van dit gedrag zie ik?

Als we duidelijk beseffen welke risico's roken voor ons heeft, zullen we minder bereid zijn om te roken als de kans zich aanbiedt.

5. Welk type persoon zie ik dit gedrag stellen?

Welk beeld hebben we van onze leeftijdsgenoten die roken? Als we een typische roker cool vinden, zullen we zelf eerder bereid zijn om te roken als de kans zich aanbiedt.

Oefening 4

Vijf elementen die gedrag beïnvloeden



Bedenk per twee hoe elk van deze elementen jouw gedrag beïnvloeden.

1. Kies een gedrag van de voorbeelden of bedenk zelf een voorbeeld: joggen, gamen, alcohol drinken, gezonde voeding eten...

2. Vul aan hoe elk element je kan beïnvloeden om dit gedrag al dan niet te stellen.

Hoe denk ik over dat gedrag?

Wat denk ik dat anderen denken over dit gedrag?

Hoeveel andere mensen zie ik het doen?

Welke gevolgen van dit gedrag zie ik?

Welk type persoon zie ik dit gedrag stellen?

Oefening 5

Hoe vaak zie je sigaretten in series of films?



Zag je al eens personages in je favoriete serie of film roken of vaperen?

Heeft dit invloed op hoe jij en anderen naar roken of vaperen kijken?

Moeten rook- en vapescènes volgens jou verboden worden in series en films? Waarom?

Vul in.

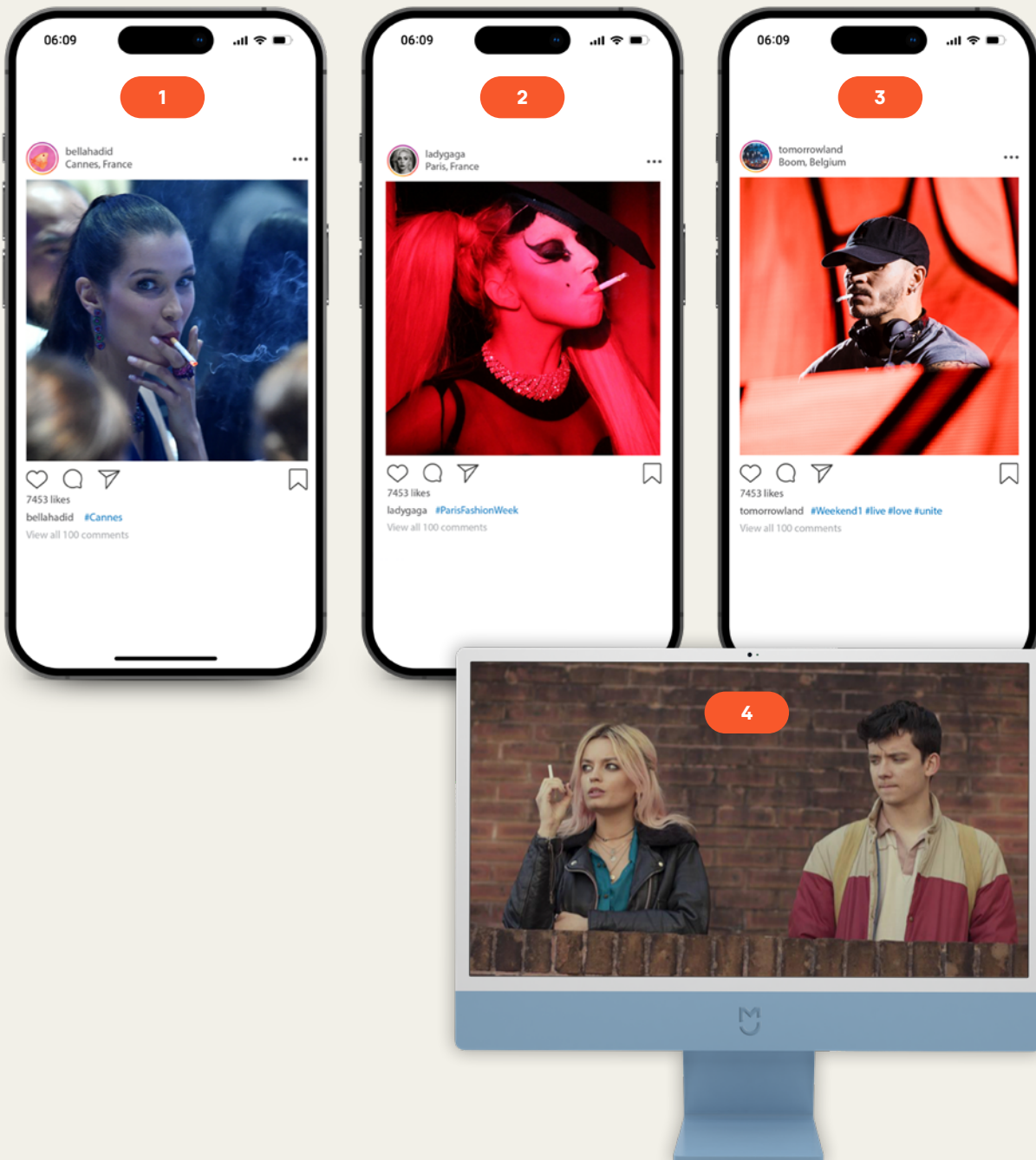
.... % van de populaire Netflix series bevat een fragment waarin een personage rookt. Verrast dit cijfer jou?

Oefening 6

Roken en vpen in (sociale) media



Bekijk de afbeeldingen.





Bij welke afbeeldingen ervaar je een positief of een negatief gevoel?

Waarom ervaar je dit gevoel?

Denk ook aan

- Kleurgebruik
- Emoties van de personen op de afbeelding
- De setting en sfeer
- Het type persoon dat rookt of vapet

Vul in.

Wat valt je op?

Wat vind je daarvan?

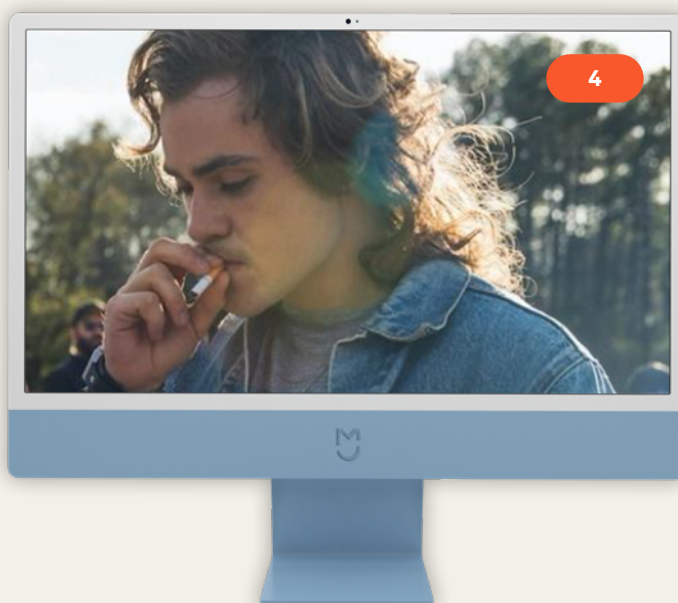
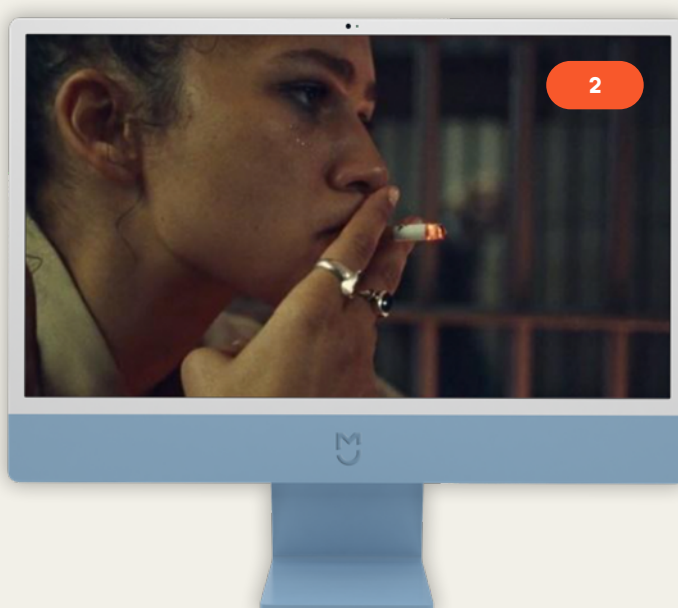
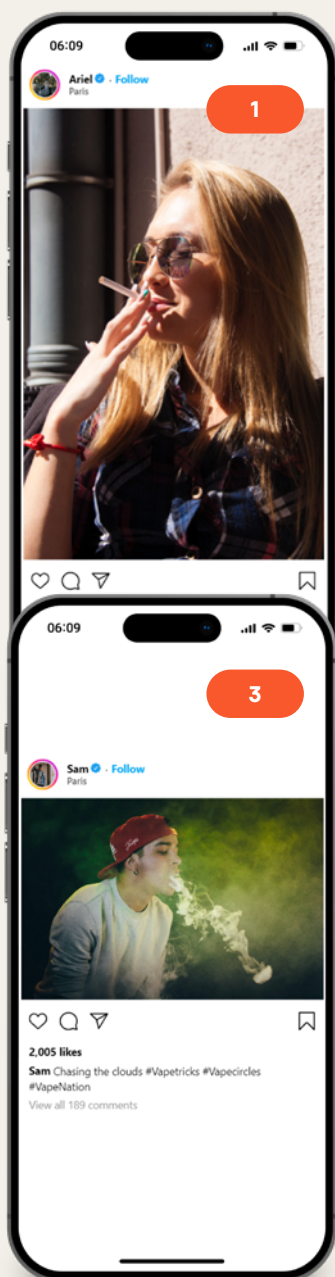
Waarom worden er – volgens jou – sigaretten en/of vapes, getoond in series en films of op sociale media?

Oefening 7

Hoe beïnvloeden beelden van roken en vaperen mij?



Bekijk de afbeeldingen.



© Stranger Things

© Euphoria

© Unsplash: door Claudia Ramirez

© Unsplash: door Daumantas Katilius



Kies één afbeelding uit. Vul voor deze afbeelding de checklist in.

Ik heb gekozen voor afbeelding _____

Hoe denk ik over dit gedrag?

- ☐ Ziet er leuk uit.
- ☐ Ziet er cool uit.
- ☐ Ziet er stom uit.
- ☐ Ziet er dwaas uit.
- ☐ Ziet er _____ uit.

Wat denk ik dat anderen denken over dit gedrag?

- ☐ Anderen keuren roken of vaperen goed.
- ☐ Anderen staan neutraal tegenover roken of vaperen.
- ☐ Anderen keuren roken of vaperen niet goed.
- ☐ _____

Hoeveel andere mensen zie ik dit doen?

- ☐ Tieners roken of vaperen alleen.
- ☐ Tieners roken of vaperen met vrienden.
- ☐ Tieners roken of vaperen met ouders.
- ☐ _____

Welke gevolgen van dit gedrag zie ik?

- ☐ Roken of vaperen is slecht voor je conditie.
- ☐ Roken of vaperen doet je er minder goed uitzien.
- ☐ Je kan ziek worden van roken of vaperen.
- ☐ _____

Welk type persoon zie ik dit gedrag stellen?

- ☐ Iemand die cool is.
- ☐ Iemand die stoer is.
- ☐ Iemand die volwassen lijkt.
- ☐ Iemand die niet populair is.
- ☐ Iemand die niet knap is.
- ☐ _____



Ook media beïnvloeden wat we denken en doen

Niet enkel wat we in de realiteit zien, beïnvloedt ons. Ook wat we zien in de media zoals tv-series, films of berichten op sociale media ... hebben een effect. Zowel **bewuste als onbewuste boodschappen** kunnen een invloed hebben op hoe we denken over roken of vaperen en op ons gedrag.

- **Bewust**

Wat we zien op sociale media of televisie, kan bewust een bepaalde boodschap proberen overbrengen. Roken of vaperen kan op verschillende manieren actief gepromoot worden zoals via betaalde reclameboodschappen of door een bepaald imago te willen tonen (vb. iemand denkt er stoer uit te zien).

- **Onbewust**

Soms komt een sigaret of vape onbedoeld in beeld op sociale media of op televisie. Je stelt je dan best de vraag: wil iemand mij overtuigen om iets te doen? Of iets te kopen?

Zelfs als roken of vaperen niet bewust gepromoot wordt, kan het toch een positief gevoel oproepen omdat het gelinkt wordt aan plezier of gezelligheid. Als je dat beseft, kan je voorkomen dat je ongemerkt een positieve houding aanneemt tegenover roken of vaperen.

Oefening 8

Wat willen ze dat ik zie?



Wat is het verschil tussen bewuste en onbewuste boodschappen?

Gaat het hier om een bewuste of onbewuste boodschap?

© Stranger Things | Duffer, M., & Duffer, R. (Creators). (2019). Stranger Things [TV series]. 21 Laps Entertainment; Monkey Massacre Productions; Netflix.



☐ bewust ☐ onbewust

© Sensodyne
Sensodyne. (2023). [Advertentie voor Sensodyne tandpasta] [Afbeelding].
<https://www.sensodyne.be/>



☐ bewust ☐ onbewust

Waarom denk je dat?
Welke signalen (beeld, tekst, context) helpen om dit te herkennen?

© Big Mouth



☐ bewust ☐ onbewust



Wat overtuigt mij?

Er zijn heel wat technieken die gebruikt worden om ons te overtuigen. Ook in series, films of op sociale media. Die technieken kunnen zowel gezond als ongezond gedrag aanmoedigen. Het is belangrijk om te kijken wie een bepaalde boodschap brengt en hoe die boodschap gebracht wordt.

Wie geeft de boodschap?

Een boodschap overtuigt ons sneller als ze komt van iemand naar wie we opkijken, iemand die we vertrouwen of iemand die we leuk vinden.

Bijvoorbeeld

- Een bekend persoon
- Een jong en aantrekkelijk iemand
- Een populair iemand
- Een cartoon, figuur, of dier

Hoe wordt de boodschap gebracht?

Worden er bepaalde kleuren of muziek gebruikt? Word je blij of verdrietig van de boodschap? Ook in de vorm, inhoud en toon schuilen vaak technieken om je te overtuigen.

Enkele voorbeelden

- **Inspelen op emoties**
Één van de beste manieren om mensen te overtuigen, is door in te spelen op hun emoties. Ben je boos, verdrietig, bang of net heel vrolijk? Dan zal je sneller beslissingen nemen op basis van dat gevoel, in plaats van kritisch naar de boodschap te kijken en dus een rationele beslissing te nemen.
 - **De boodschap maakt je boos, bang of verdrietig**
 - **De boodschap maakt je blij of gelukkig**
 - **De boodschap doet je lachen**
- **Iets anders voorstellen dan het in werkelijkheid is**
Soms ziet iets er met opzet beter uit. Maar ook het omgekeerde is mogelijk: door een alternatief negatief af te schilderen, lijkt een product al snel beter, gezonder of aantrekkelijker.
 - **Iets of iemand positiever voorstellen**
 - **Iets of iemand negatiever voorstellen**
- **Iets te eenvoudig voorstellen**
- **Inspelen op wat jij nodig hebt of wil horen**
- **Herhaling**

Oefening 9

Overtuigende elementen



Bekijk de volgende foto's van de influencer Noah. Duid aan in de checklist welke elementen aanwezig zijn.



Wie geeft de boodschap?

- | | |
|---|--|
| ☐ Een bekend persoon | ☐ Een populair persoon |
| ☐ Een jong en aantrekkelijk iemand | ☐ Een cartoon/ dier/ figuur |

Hoe wordt de boodschap gebracht?

- **Inspelen op emoties**
 - ☐ De boodschap maakt je boos, bang of verdrietig
 - ☐ De boodschap maakt je blij of gelukkig
 - ☐ De boodschap doet je lachen
- **Iets anders voorstellen dan het in werkelijkheid is**
 - ☐ Iets of iemand positiever voorstellen
 - ☐ Iets of iemand negatiever voorstellen
- **Iets te eenvoudig voorstellen**
 - ☐ Inspelen op wat jij nodig hebt of wil horen
 - ☐ Herhaling

© Unsplash foto door Heleno Kaizer
ontwikkeld voor deze lessenreeks en zijn afkomstig van stockwebsites waaronder www.pexels.com en www.unsplash.com. Elke associatie van afgebeelde personen met roken of gezondheidsproblemen is zijn louter toevallig.)

Reflectie

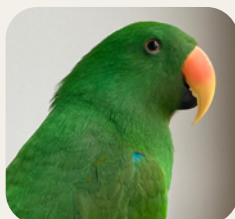


Wanneer ben jij al eens beïnvloed geweest door overtuigings technieken?

Wat heeft je toen beïnvloed?

Wat deed je daardoor?

Check-out: Welk gevoel had je hierbij?



Gezondheids- campagnes



Inleiding

In dit gedeelte gaan we dieper in op gezondheidscampagnes. We zullen iets meer vertellen over wat gezondheidscampagnes zijn, hoe deze eruit zien en hoe gezondheidscampagnes anderen ertoe kunnen aanzetten om gezond gedrag te stellen.

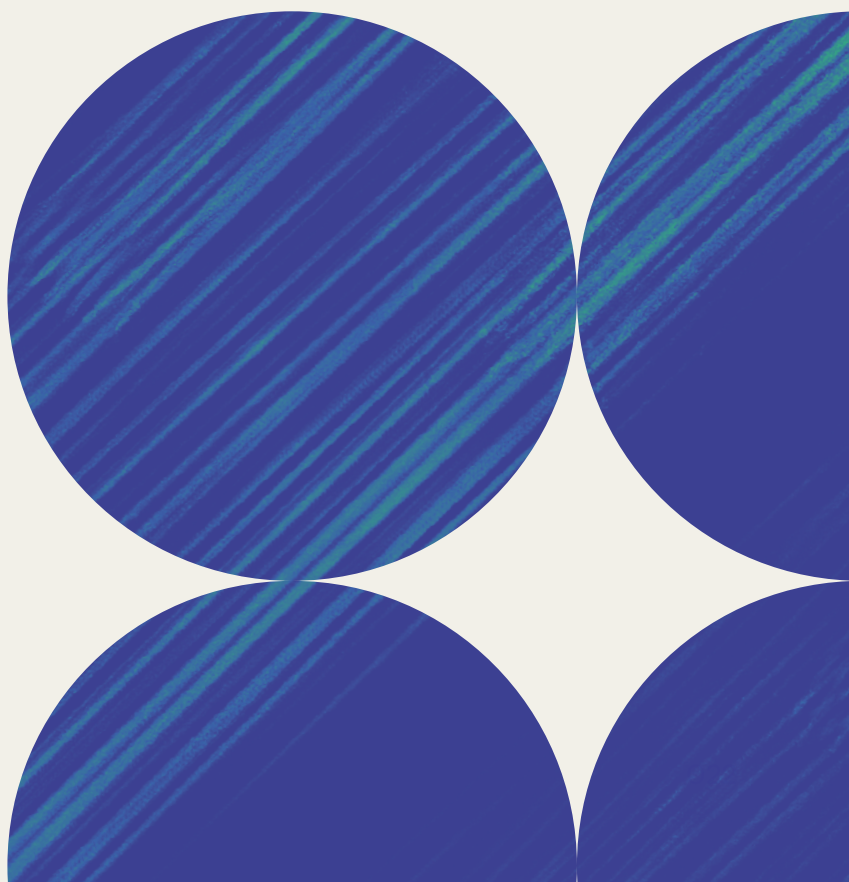
Na dit deel kan je

De leerdoelen geven aan wat je hebt geleerd na het volgen van dit onderdeel.

Vink voor jezelf aan als je de doelen hebt bereikt.

Ik kan ...

- ☐ in eigen woorden omschrijven wat een gezondheidscampagne is.
- ☐ herkennen welke boodschappen en elementen in bestaande gezondheidscampagnes zitten.
- ☐ een campagne maken om aan te tonen dat niet roken of niet vaperen een goede beslissing is.
- ☐ een campagne maken waarin je een specifiek kenmerk van gedragsbeïnvloeding toepast.
- ☐ een campagne maken waarin je een tegenargument bedenkt.
- ☐ met je klasgenoten praten over wat jongeren al dan niet aanzet om bepaald gedrag te stellen.



Oefening 10

Zo werken gezondheidscampagnes



Ben je het eens met deze stellingen? Waarom?

Stellingen

- Ik maak mijn eigen keuzes zonder dat iemand mij beïnvloedt.
- Het is stom dat het in films en series altijd lijkt dat jongeren roken en drinken.
- Het zou verboden moeten zijn om foto's of filmpjes te tonen met sigaretten, vapes of alcohol.



Wat zijn gezondheidscampagnes?

Heel wat organisaties in Vlaanderen doen onderzoek naar gezond gedrag. Ze proberen mensen ook te helpen om gezonde keuzes te maken via gezondheidscampagnes. Daarvoor maken ze affiches, flyers, foto's, video's, spelletjes, liedjes, websites ... Dit soort campagnes zie je overal, maar je staat er niet altijd bij stil. Ze kunnen over verschillende onderwerpen gaan, ook over roken of vaperen, en brengen vaak boodschappen die je niet ziet op tv of sociale media.



De elementen van een gezondheidscampagne

Een gezondheidscampagne bestaat uit een aantal elementen

- **Doelgroep**
Voor wie is deze campagne gemaakt?
- **Thema**
Wat is het thema van de campagne?
- **Gedragsbeïnvloeding**
Welke elementen van gedragsbeïnvloeding komen aan bod?
- **Slogan**
Wat is de slogan van de campagne?
- **Overtuigingstechnieken**
Welke technieken worden gebruikt om mensen te overtuigen?
- **Kanalen**
Via welke kanalen werd de boodschap verspreid?

Oefening 11

What the smoke campagne



1. Bekijk de 'What the smoke' campagne via www.komoptegenkanker.be of de onderstaande QR code.



2. Vul de vragen in over je campagne.

Voor wie is deze campagne gemaakt?

Wat is het thema van deze campagne? Wat toont deze campagne dat je anders niet ziet op tv of sociale media?

Kruis aan welke elementen van gedragsbeïnvloeding aan bod komen.

- ☐ Hoe denk ik over dit gedrag?
- ☐ Hoe denk ik dat anderen denken over dit gedrag?
- ☐ Hoeveel andere mensen zie ik dit doen?
- ☐ Welke gevolgen van dit gedrag zie ik?
- ☐ Welk type persoon zie ik dit gedrag stellen?

Kies één van de bovenstaande elementen, en bespreek hoe dit voorkomt in de campagne.



Wat is de slogan van deze campagne?

Een slogan of slagzin is een korte regel tekst die gebruikt wordt om de boodschap duidelijk te maken.

Kruis aan welke overtuigingstechnieken worden gebruikt om mensen te overtuigen.

Wie brengt de boodschap?

- ☐ Een bekende persoon brengt de boodschap.
- ☐ Een jong of aantrekkelijk iemand brengt de boodschap.
- ☐ Een populaire persoon brengt de boodschap.
- ☐ Een cartoon, figuur of dier wordt gebruikt om de boodschap te brengen.

Hoe wordt de boodschap gebracht?

- ☐ De boodschap speelt in op emoties.
- ☐ De boodschap maakt je boos, bang of verdrietig.
- ☐ De boodschap maakt je blij of gelukkig.
- ☐ De boodschap doet je lachen.
- ☐ De boodschap stelt iets anders voor dan het in werkelijkheid is.
- ☐ Iets of iemand wordt positiever voorgesteld.
- ☐ Iets of iemand wordt negatiever voorgesteld.
- ☐ De boodschap stelt iets te eenvoudig voor.
- ☐ De boodschap speelt in op wat jij nodig hebt of wil horen.
- ☐ De boodschap wordt regelmatig herhaald.



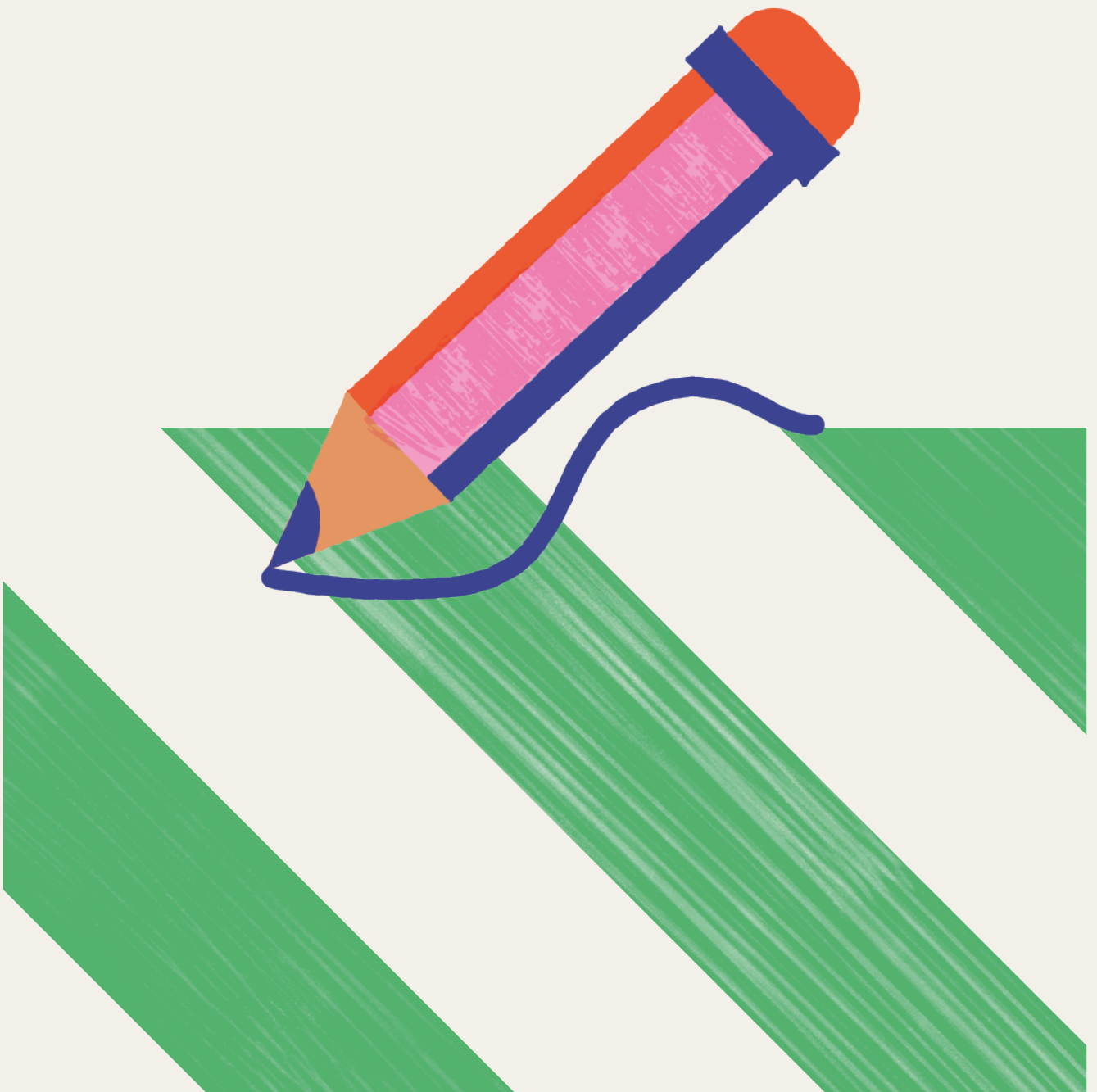


Kies één van de vijf overtuigingstechnieken en leg uit hoe het voorkomt in de campagne.

Via welke kanalen werd deze boodschap verspreid? (bv. specifieke sociale mediakanalen, flyers ...).

Waarom denk je dat voor deze specifieke kanalen werd gekozen om de boodschap te verspreiden?

Maak zelf een campagne



Oefening 12

Werk je eigen campagne uit!



Vorbereiding

Jullie weten nu wat een gezondheidscampagne is en welke elementen jullie hierin kunnen gebruiken.

Werk nu in groepjes een campagne voor jongeren in jullie school uit waarmee jullie tonen dat **roken of vpen geen goede beslissing is**. Vul eerst de checklist hieronder in. Als alle campagnes zijn uitgewerkt, stellen de groepjes hun campagnes aan elkaar voor.

Uitwerking

1. Namen groepsleden

2. Op welke vorm van roken ga je je focussen? Duid je keuze aan.

- ☐ Sigaretten
☐ Vapes

3. Denk na over een strategie voor je campagne door na te gaan waarom jongeren in jouw school roken of vpen. Schrijf de redenen hiervoor neer.

4. Welke tegenargumenten kun je geven om uit te leggen dat jouw leeftijdsgenoten beter niet vpen of roken? Dit wordt de kern van jouw campagne. Schrijf de argumenten op en kies er één of twee uit die je gaat gebruiken voor je campagne.



5. In vraag 4 somde je net een aantal tegenargumenten op. Duid aan bij welk van deze elementen van gedragsbeïnvloeding deze tegenargumenten passen.

- ☐ Hoe denk ik over dat gedrag?
- ☐ Hoe denken anderen over dat gedrag?
- ☐ Hoeveel anderen doen het?
- ☐ Welke gevolgen van dat gedrag zie ik?
- ☐ Welk type persoon zie ik het gedrag stellen?

6. Leg uit: Op welk specifiek element dat je aankruiste in vraag 5 wil je focussen in je campagne?

7. Ontwikkel een slogan voor je campagne. Een slogan is een korte zin die je boodschap benadrukt (bv. 'Geniet van bubbels zonder hoofdpijn achteraf' van de Tournée Minérale campagne).

8. Welke elementen ga je gebruiken om je boodschap leuk te maken? Je kan één of meerdere elementen kiezen.

Wie brengt de boodschap?

- ☐ Een bekende persoon brengt de boodschap.
- ☐ Een jong of aantrekkelijk iemand brengt de boodschap.
- ☐ Een populaire persoon brengt de boodschap.
- ☐ Een cartoon, figuur of dier wordt gebruikt om de boodschap te brengen.

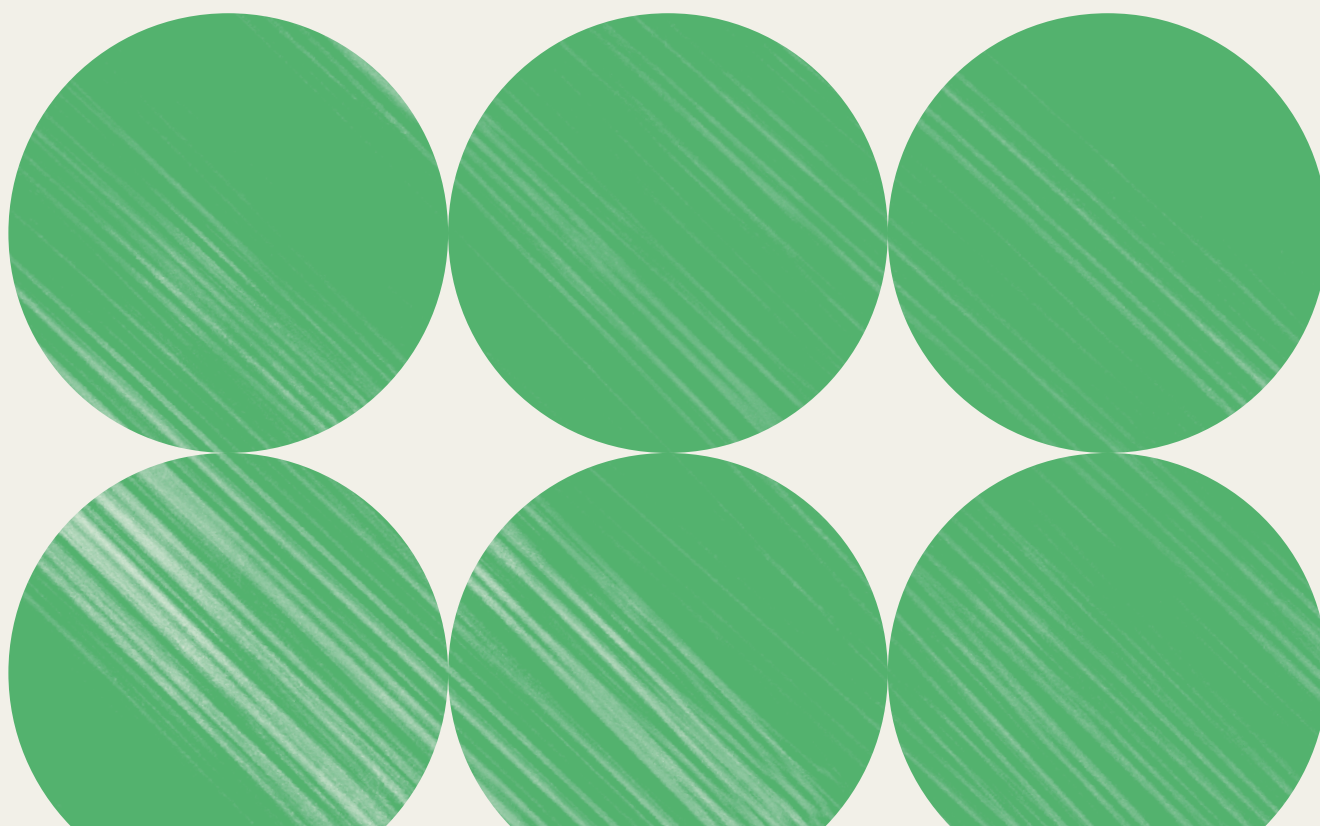
Hoe wordt de boodschap gebracht?

- ☐ De boodschap speelt in op emoties.
- ☐ De boodschap maakt je boos, bang of verdrietig.
- ☐ De boodschap maakt je blij of gelukkig.
- ☐ De boodschap doet je lachen.
- ☐ De boodschap stelt iets anders voor dan het in werkelijkheid is.
- ☐ Iets of iemand wordt positiever voorgesteld.
- ☐ Iets of iemand wordt negatiever voorgesteld.
- ☐ De boodschap stelt iets te eenvoudig voor.
- ☐ De boodschap speelt in op wat jij nodig hebt of wil horen.
- ☐ De boodschap wordt regelmatig herhaald.



9. Leg uit hoe je ieder element uit vraag 8 gaat gebruiken in de campagne en vertel waarom.

10. Via welk kanaal ga je je boodschap verspreiden en waarom? (bv. een filmpje op TikTok, een foto of reel op Instagram, het ontwikkelen van een flyer).



Bijlagen



Factsheet roken

Negatieve gevolgen



Factsheet vapen

Negatieve gevolgen

Gevolgen door stoffen in damp

- Hoesten
- Piepende ademhaling
- Irritatie en schade aan luchtwegen
- Hartkloppingen
- Kanker

Opstap roken en andere middelen

Duur

Gevolgen door schadelijke stoffen in damp

- Hart- en vaatziekten
- Epileptische verschijnselen
- Impact hersenen (aandacht, leren, gemoed, controle impulsen)
- Verslaving
- Kanker

Slecht voor het milieu



Let op!

Geef aan dat het lijstje over vaperen minder lang is dan dat van roken. Dat komt omdat er nog niet zo veel onderzoek bestaat over het gevolg op lange termijn en of vaperen dezelfde gevolgen heeft als roken. Toch is vaperen duidelijk niet gezond.