

Verhalen van levensbelang

Experiment over de invloed van de explicietheid van de boodschap in narratieven over orgaandonatie op de overtuigingskracht van de boodschap.



Instelling:	Radboud Universiteit Nijmegen, Faculteit der Letteren, Communicatie- en Informatiewetenschappen
Programma:	Master Communicatie & Beïnvloeding
Cursus:	Masterscriptie
Titel:	Experiment over de invloed van de explicietheid van de boodschap in narratieven over orgaandonatie op de overtuigingskracht van de boodschap.
Auteur:	Marlon Stapels
Studentnummer:	3029298
E-mail:	mec.stapels@student.ru.nl
Telefoonnummer:	06 49 66 88 54
Begeleider:	Mw. Dr. A. De Graaf
Tweede lezer:	Mw. Drs. I. Stassen
Datum:	30 maart 2016

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Samenvatting	4
1. Inleiding	5
2. Methode	13
2.1 Materiaal	13
2.2 Onderzoeksontwerp	14
2.3 Pretest	14
2.4 Proefpersonen	14
2.5 Procedure	15
2.6 Instrumentatie	16
2.7 Statistische toetsing	20
3. Resultaten	21
3.1 Manipulatiecheck	21
3.2 Hoofdeffecten	21
3.3 Samenhangende effecten	27
4. Conclusie en discussie	31
5. Literatuur	37
6. Bijlagen	40
6.1 Instructietekst in het experiment	40
6.2 Narratieve tekst in het experiment	41
6.3 Vragenlijst in het experiment	43

Voorwoord

Toen ik in juni 2015 begon na te denken over een scriptieonderwerp, wist ik dat ik mijn afstudeeronderzoek wilde doen in de richting van gezondheidscommunicatie. Naar aanleiding van het vak Communicatie, Gedrag en Beïnvloeding gegeven door mevrouw Das en mevrouw De Graaf, ben ik mij gaan verdiepen in narratieven. Juist de combinatie tussen verhalen vertellen en gezondheidsthema's onder de aandacht kunnen brengen leek mij erg interessant. Met name de variatie aan kenmerken die een narratief effectief maakt, wekte mijn belangstelling. Er viel nog zoveel te ontdekken!

Mijn enthousiasme om ook de rol van weerstand, transportatie en identificatie te toetsen leverde een ingewikkeld onderzoeksdesign op met verschillende vragen per conditie. Hierdoor kreeg ik een lastig statistische bestand waarbij ik verschillende vragen per conditie eerst moest samenvoegen bij dezelfde variabele om vervolgens pas te kunnen toetsen. Hiervan heb ik erg veel geleerd. Ik heb niet alleen veel geleerd van het uitvoeren van mijn experiment maar ook vooral van alles duidelijk op papier schrijven. Hiervoor wil ik mijn begeleider Anneke de Graaf bedanken. Anneke de Graaf was altijd bereid om met mij mee te denken en mij te voorzien van kritische feedback. Mijn tweede beoordelaar, Ingrid Stassen, wil ik ook bedanken voor haar feedback en tijd.

Bovendien wil ik graag mijn omgeving bedanken voor hun geduld met mij de afgelopen maanden. Vooral mijn vriend, die het af en toe zwaar te verduren heeft gehad als ik stress ervaarde. En natuurlijk mijn vriendinnen die zorgden voor aangename koffiepauzes in de Universiteitsbibliotheek en die mij tot nieuwe inzichten brachten wanneer ik het overzicht kwijt was.

Dank jullie wel!

Marlon Stapels

Samenvatting

Huidige campagnes voor het werven van orgaandonoren hebben niet het beoogde effect. Een verklaring hiervoor kan zijn door weerstand tegen de boodschap. Narratieven worden verwacht minder weerstand op te roepen dan persuasieve boodschappen omdat weerstand wordt doorbroken door de processen transportatie en identificatie én omdat de persuasieve bedoeling minder duidelijk is. Binnen narratieven is een grote variatie aan hoe expliciet precies de persuasieve intentie naar voren komt in het narratief. Expliciete en impliciete narratieven zouden zowel negatieve als positieve effecten kunnen hebben voor de weerstand die ontstaat en de overtuigingskracht van het narratief. Daarom kijkt dit onderzoek naar de invloed van de explicietheid van de boodschap in narratieven op weerstand en overtuigingskracht en de rol van de processen transportatie en identificatie hierbij. Voor dit kwantitatieve onderzoek is gebruik gemaakt van een 2 (narratief: wel vs. geen narratief) x 2 (boodschap: wel vs. geen boodschap) tussenproefpersoonontwerp. In dit onderzoek is vooral gebruik gemaakt van de sneeuwbalmethode via Facebook en uiteindelijk hebben er 173 proefpersonen deelgenomen aan dit onderzoek die random verdeeld waren over de vier condities. Uit de resultaten bleek dat het lezen van een narratief bij niet-donoren een positief effect heeft op alle drie de componenten van overtuigingskracht: attitude, intentie en belief. Daarnaast bleek bij niet-donoren dat een impliciete boodschap leidt tot een hogere intentie om zich te registreren als orgaandonor. Het lezen van een impliciet narratief leidt bovendien tot minder weerstand bij niet-donoren dan het lezen van een expliciet narratief of expliciete boodschap. Het verschil in narratief en in boodschap bleken geen effect te hebben op de processen transportatie en identificatie. Transportatie bleek echter wel een belangrijke voorspeller te zijn van overtuigingskracht bij proefpersonen die geen donor zijn en de mate van identificatie bleek invloed te hebben op de mate van weerstand tegen de tekst. Om jongvolwassenen effectiever te bereiken wordt aangeraden om gebruik te maken van een impliciete narratief waardoor het aantal donorregistraties kan stijgen.

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

In maart 2015 laaide de discussie over orgaandonoren opnieuw op. Er is nog steeds een tekort aan donororganen ondanks dat de overheid in 2008 een Masterplan presenteerde dat zou moeten leiden tot meer donororganen (NOS, maart 2015). De overheid gaf gedurende het Masterplan Orgaandonatie, van 2008 tot en met 2014, zeker 20 miljoen euro uit aan campagnes om Nederlanders zich als donor te laten registreren (Rijksoverheid, juni 2015). Echter, na zeven jaar is de wachtlijst nog steeds te lang en overlijden er veel patiënten omdat er te weinig organen beschikbaar zijn. In de eerste helft van 2015 daalde het aantal harttransplantaties met 7% ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar (Hartstichting, juli 2015). Ook campagnes voor jongeren, bedoeld om het aantal donoren te laten stijgen, blijken niet effectief te zijn. Volgens cijfers van de Hartstichting heeft 72% van de jongeren dit jaar nog geen donorkeuze gemaakt ondanks persoonlijke brieven van de minister (Hartstichting, juli 2015).

Huidige campagnes voor het werven van orgaandonoren hebben niet het beoogde effect. Een mogelijke verklaring hiervan is door weerstand tegen de boodschap. Volgens Moyer-Gusé, Chung en Jain (2011) roepen veel gezondheidsboodschappen, zoals campagnes voor het werven van orgaandonoren, weerstand op omdat deze als doel hebben de ontvanger te overtuigen het gewenste gedrag te vertonen. De Wit, Das en Vet (2008) voegen daaraan toe dat gezondheidscommunicatie doorgaans weerstand oproept omdat de boodschap onzekerheid en angstgevoelens oproept. Het gevolg hiervan is dat de boodschap niet aankomt. Volgens Morgan, King, Smith en Ivic (2010) spelen bij orgaandonatie allerlei affectieve overwegingen, zoals angst om dood te gaan, een grote rol. Daardoor is het waarschijnlijk dat weerstand een rol speelt bij het overtuigingsproces. Een veelbelovende aanpak om weerstand te verminderen, kunnen narratieven zijn (Kreuter et al., 2007; McQueen, Kreuter, Kalesan & Alcaraz, 2011; De Wit, Das & Vet, 2008). Daarom kijkt dit onderzoek naar het gebruik van narratieven om jongeren te overtuigen zich te registreren als orgaandonor.

1.2 Overtuigingskracht van narratieven

Narratieven worden steeds vaker ingezet om gezondheidsproblemen ter sprake te brengen. Uit onderzoek van De Wit et al. (2008) blijkt dat narratieven effectiever zijn in het overtuigen van mensen om gezond gedrag te vertonen dan statistische informatie zoals cijfers en feiten. Een narratief is een voorstelling van samenhangende gebeurtenissen en personages die een herkenbare structuur heeft, gebonden is aan tijd en ruimte en een impliciete of een expliciete boodschap bevat over het onderwerp (Kreuter et al., 2007). Mensen vertellen van jongs af aan verhalen en zijn gewend verhalen te verwerken, waardoor het eenvoudiger is om een verhaal te onthouden (Kreuter et al., 2007).

In de media worden echter regelmatig onjuiste verhalen verteld over orgaandonatie. Volgens

Morgan et al. (2010) wordt orgaandonatie vaak negatief en/of onjuist weergegeven in de media waardoor mythes over orgaandonatie de wereld in worden geholpen. Uit onderzoek van Morgan, Movius en Cody (2009) blijkt dat mensen een positieve attitude hebben ten opzichte van orgaandonatie maar zich niet registreren als donor. Dit kan komen door mythes, zoals de fabel dat mensen die geregistreerd staan als donor minder goed geholpen worden in een ziekenhuis zodat artsen hun organen eerder kunnen gebruiken (Morgan et al., 2010). Volgens Morgan et al. (2010) is orgaandonatie een regelmatig voorkomend mediaonderwerp waar mensen weinig andere informatiebronnen voor hebben. *The Social Representations Theory* stelt dat het beeld dat in de maatschappij leeft over een bepaald onderwerp wordt beïnvloed door persoonlijke ervaring, media en interpersoonlijke communicatie (Morgan et al., 2010). Als je ergens weinig directe ervaring mee hebt, kan de media invloed uitoefenen op je oordeel over een thema zoals orgaandonatie.

Morgan et al. (2010) onderzochten de invloed van mythes over orgaandonaties op de attitude bij zowel donoren als niet-donoren. Twee groepen proefpersonen, waarvan één groep donor was, kregen een televisieaflevering te zien met negatieve informatie over orgaandonatie. De andere twee groepen, waarvan ook één groep donor was, kregen een televisieaflevering te zien zonder enige informatie over orgaandonatie. Hieruit bleek dat niet-donoren significant werden beïnvloed door negatieve informatie over orgaandonatie. Dit leidde tot een negatievere attitude en minder accurate kennis over orgaandonatie onder niet-donoren. Verhaallijnen met negatieve informatie over orgaandonatie leiden tot een negatieve attitude ten opzichte van orgaandonatie bij niet-donoren (Morgan et al., 2010).

Uit het onderzoek van Moyer-Gusé et al. (2011) blijkt dat het zien van positieve informatie over het gewenste gedrag, leidt tot het uitvoeren van het gewenste gedrag. In dit onderzoek kreeg een groep proefpersonen een aflevering te zien van *Sex and the City* waarin openlijk gepraat werd over het gebruik van voorbehoedsmiddelen. De tweede groep zag een aflevering van *Sex and the City* over het gebruik van voorbehoedsmiddelen waarin niet openlijk gepraat werd over deze onderwerpen. De derde groep kreeg een aflevering te zien die niet over veilige seks ging en fungeerde als controlegroep. Twee weken na het experiment bleek dat de eerste groep die de aflevering had gezien waarin het gebruik van voorbehoedsmiddelen openlijk besproken werd, meer vrienden sprak over veilige seks.

Uit bovenstaande onderzoeken is gebleken dat bij orgaandonatie onjuiste informatie in een narratief een negatief effect heeft en leidt tot een negatieve attitude (Morgan et al., 2010). Bij gezondheidsonderwerpen zoals veilige seks (Moyer-Gusé et al., 2011), kwam naar voren dat het verstrekken van positieve informatie in een narratief een positief effect heeft op de intentie en het daadwerkelijk uitvoeren van het vertoonde gedrag. Het verstrekken van positieve informatie in een narratief zou ook tot een positief effect kunnen leiden bij orgaandonatie.

1.3 Transportatie en identificatie

Eén van de redenen dat een effect wordt verwacht bij positieve narratieven, is vanwege de onderliggende processen transportatie en identificatie. Narratieven beïnvloeden de lezer door narratieve betrokkenheid te creëren (Busselle & Bilandzic, 2009). De processen transportatie en identificatie vormen een onderdeel van narratieve betrokkenheid.

Transportatie is het proces waarbij de lezer volledig opgaat in het verhaal en getransporteerd wordt naar de wereld van het narratief en zich niet bewust is van zijn of haar omgeving (Green & Brock, 2000). Op basis van deze ervaring definiëren Green en Brock (2000) transportatie als een focus van aandacht op, emotie over, en verbeelding van het verhaal. Gedurende de transportatie zijn alle mentale processen van de lezer gericht op het narratief waardoor de lezer geen mentale capaciteit over heeft om zich bezig te houden met andere zaken omgeving (Green & Brock, 2000). De mate waarin de lezer wordt getransporteerd naar de narratieve wereld beïnvloedt de mate waarin overtuigingen, attitude en gedrag over gezondheidsproblemen beïnvloed worden door narratieven (Kreuter et al., 2007). Uit het onderzoek van Green en Brock (2002) bleek dat ontvangers met hoge transportatie positiever waren over de hoofdpersonen in het verhaal en de boodschap uit het verhaal meer accepteerden dan ontvangers met lage transportatie.

Een proces dat dicht bij transportatie staat en een andere vorm is van narratieve betrokkenheid, is identificatie. Bij identificatie voelt en leeft de ontvanger mee met een specifiek karakter uit het narratief (De Graaf, Hoeken, Sanders & Beentjes, 2012). Cohen (2001) stelt dat identificatie verwijst naar het emotionele en cognitieve proces waarbij een lezer de rol van een personage in een verhaal inneemt. De lezer kruipt als het ware in de huid van het personage en denkt na over dezelfde dilemma's als waar het personage over nadenkt. Hierbij wordt ook het perspectief van het personage over een bepaald thema, zoals orgaandonatie, overgenomen. De lezer vergeet zijn of haar eigen werkelijkheid en tijdelijk wordt de lezer in zijn of haar verbeelding het personage in het verhaal. Volgens Cohen (2001) impliceert dit proces onder andere de volgende drie aspecten: empathie door gedeelde gevoelens met het personage, cognitief door een gedeeld perspectief met het personage en tenslotte absorptie door het verlies van de eigen werkelijkheid van de lezer. Volgens Moyer-Gusé (2008) heeft vooral het aspect absorptie veel overlap met het proces transportatie. Ondanks deze overlap zijn transportatie en identificatie niet twee dezelfde processen en valt identificatie ook niet onder transportatie. Het is waarschijnlijker dat identificatie en transportatie gerelateerd zijn aan elkaar (Moyer-Gusé, 2008). Deze processen worden in dit onderzoek apart gemeten omdat de verwachting is dat zowel transportatie als identificatie effect hebben op de overtuigingskracht van de boodschap.

1.4 Het verminderen van weerstand

Een gevolg van transportatie en identificatie is onder andere het verminderen van weerstand (Moyer-Gusé, 2008; Moyer-Gusé et al., 2012; Slater & Rouner, 2002). Weerstand is een reactie op de waargenomen druk om gedrag te veranderen en ontstaat als men het idee heeft te worden beïnvloed (Knowles & Linn, 2004). Veel gezondheidsboodschappen roepen weerstand op omdat deze als doel hebben om de ontvanger te overtuigen het gewenste gedrag te vertonen (Moyer-Gusé et al., 2011). Ontvangers stellen zich hierdoor defensief op en produceren zo meer tegenargumenten.

Tegenargumenten zijn vaak de verklaring voor het mislukken van gezondheidsboodschappen (Murphy, Frank, Moran & Partnoe-Woodley, 2011). Omdat de inhoud van de boodschap niet aansluit bij bestaande attitudes van de ontvanger en diens huidige gedrag, worden tegenargumenten gevormd als reactie op de boodschap. Dit gebeurt met name als de gezondheidsboodschap een gedragsverandering bevat (Moyer-Gusé et al., 2011).

Slater en Rouner (2002) stellen dat een hogere transportatie naar de narratieve wereld leidt tot het verminderen van tegenargumenten. Volgens hun model, *Extended Elaboration Likelihood Model (E-ELM)*, verliezen lezers door transportatie zichzelf en gaan zij volledig op in het verhaal waardoor de motivatie om tegenargumenten te produceren afneemt en informatie meer automatisch wordt verwerkt (Slater & Rouner, 2002). Als ontvangers gemotiveerd zijn en capabel genoeg om het narratief te verwerken, gaan ze helemaal op in het verhaal door transportatie. Ontvangers met hoge transportatie produceren zo minder tegenargumenten dan ontvangers met lage transportatie naar de narratieve wereld (Slater & Rouner, 2002).

Niet alleen transportatie maar ook identificatie zorgt voor het verminderen van weerstand. Het *Entertainment Overcoming Resistance Model (EORM)* van Moyer-Gusé (2008) stelt dat niet alleen de narratieve structuur zorgt voor het verminderen van weerstand, maar ook dat identificatie leidt tot een verandering in het beeld dat men heeft van de gevolgen van het vertoonde gedrag (Moyer-Gusé, 2008). Dit komt doordat de lezer tijdens de identificatie dezelfde gedachten en emoties ervaart als de personages in het narratief (Cohen, 2001). Daarnaast stelt het *EORM* dat identificatie ook leidt tot het produceren van minder tegenargumenten (Moyer-Gusé, 2008). Het produceren van minder tegenargumenten leidt vervolgens tot een positieve attitude ten opzichte van het vertoonde gedrag in het verhaal. Uit het onderzoek van Moyer-Gusé et al. (2011) bleek ook dat de proefpersonen die zich meer identificeerden met de hoofdpersonages uit *Sex and the City* minder tegenargumenten produceerden en meer praatten over veilige seks ten opzichte van de proefpersonen die zich minder identificeerden.

Er kan worden gesteld dat narratieven overtuigend kunnen werken omdat transportatie en identificatie weerstand verminderen. Dit komt doordat de processen transportatie en identificatie de perceptie van de persuasieve intentie verminderen, waardoor minder weerstand wordt opgeroepen

(Moyer-Gusé, 2008). Weerstand bij een persuasieve boodschap ontstaat wanneer men het gevoel heeft in zijn vrijheid te worden aangetast (Knowles & Linn, 2004) en de persuasieve intentie van een boodschap, het doel om te overtuigen, door heeft (Brehm & Brehm, 1981). Narratieven zijn volgens Kreuter et al. (2007) een subtielere vorm van persuasieve communicatie, waardoor de ontvanger vaak niet op de hoogte is van de persuasieve boodschap omdat deze verwerkt zit in het verhaal. Hierdoor raken mensen meer betrokken bij het verhaal en verzetten zij zich minder tegen het narratief en staan zo meer open voor een gedragsverandering (Kreuter et al., 2007). Narratieven roepen naar verwachting minder weerstand op dan persuasieve boodschappen, omdat weerstand wordt doorbroken door transportatie en identificatie en omdat de persuasieve bedoeling minder duidelijk is. Binnen narratieven bestaat een grote variatie aan hoe expliciet de persuasieve intentie naar voren komt. Voor weerstand is de explicietheid van de boodschap een relevant kenmerk.

1.4 Expliciete versus impliciete boodschap

Narratieven kunnen een expliciete of een impliciete boodschap bevatten. Expliciete narratieven zijn narratieven waarin de boodschap van de zender duidelijk wordt gecommuniceerd door deze hardop te zeggen of letterlijk te schrijven. Zoals in het onderzoek van Moyer-Gusé, Jain en Chung (2012), waar een expliciete boodschap aan het einde van een aflevering van *Law & Order* werd toegevoegd. De hoofdrolspeelster sprak de kijkers rechtstreeks in de camera toe en drukte hen op het hart om niet dronken te rijden. Een expliciete boodschap zou kunnen zorgen voor verduidelijking van de boodschap. Volgens Singhal en Rogers (2001) is het mogelijk dat ontvangers de onderliggende boodschap niet opmerken of begrijpen en zo het narratief niet interpreteren zoals de zender deze beoogt. Een expliciete boodschap verduidelijkt het narratief en zorgt ervoor dat verkeerde interpretatie of selectieve verwerking niet mogelijk is.

Bandura (1986) beweert bovendien dat cognitieve herhaling van de boodschap belangrijk is voor de gewenste gedragsverandering. Door het toevoegen van een expliciete boodschap aan een narratief wordt de boodschap expliciet herhaald en wordt cognitieve herhaling vergemakkelijkt. Dankzij het benadrukken van het gewenste gedrag in het narratief wordt de boodschap later gemakkelijker herinnerd (Singhal & Rogers, 1999). Dit is in overeenstemming met de theorie van cognitieve herhaling van Bandura (1986); een expliciete boodschap verduidelijkt het onderliggende doel van het narratief en vergroot het effect op de attitude (Moyer-Gusé et al., 2012). Het is van belang om te achterhalen of cognitieve herhaling het effect is op overtuigingskracht of dat een expliciete boodschap op zich effect heeft.

Een narratief met een expliciete boodschap kan ook weerstand oproepen bij de ontvanger doordat de persuasieve intentie duidelijker is. Wanneer een boodschap te opdringerig wordt, verstoort dit de transportatie en worden er meer tegenargumenten geproduceerd. Volgens Moyer-

Gusé (2008) kan de weerstand verminderd worden door narratieven met een impliciete boodschap te gebruiken. Bij een impliciete structuur is de boodschap ingebed en verborgen in het verhaal. Hierdoor wordt de boodschap van de zender op indirecte wijze gecommuniceerd. Het effect van de impliciete boodschap is dat deze structuur weerstand kan voorkomen door ontvangers niet het gevoel te geven dat het verhaal hen probeert te overtuigen (Moyer-Gusé, 2008). Dit komt overeen met Kreuter et al. (2007), die beweren dat narratieven een subtiele vorm van persuasieve communicatie zijn waardoor men minder weerstand heeft tegen de boodschap. Verondersteld wordt dat een impliciete boodschap minder de vrijheid van de lezer aantast en er minder weerstand is tegen de boodschap. De lezer wordt eerder getransporteerd naar de narratieve wereld en staat zo meer open voor de boodschap.

Uit het onderzoek van Moyer-Gusé en Nabi (2010) blijkt dat kijkers minder persuasieve intentie ervoeren bij een narratieve aflevering over tienerzwangerschappen dan kijkers van een informationeel nieuwsprogramma over tienerzwangerschappen. Maar de kijkers die het narratief hebben gezien en die wel persuasieve intentie ervoeren, reageerden met meer tegenargumenten en hadden meer weerstand tegen de boodschap dan de kijkers die de informationele aflevering zagen (Moyer-Gusé & Nabi, 2010). Deze bevindingen ondersteunen het idee dat narratieven met een impliciete boodschap effectiever zijn dan narratieven met een expliciete boodschap.

De effecten van een expliciete boodschap en een impliciete boodschap in narratieven zijn nog weinig onderzocht. Moyer-Gusé et al. (2012) hebben in hun onderzoek, over dronkenschap achter het stuur, wel gekeken naar de invloed van een expliciete boodschap in een narratief maar geen effect gevonden. Een expliciete boodschap over het vermijden van rijden onder invloed leidde niet tot meer weerstand en ook niet tot een negatieve attitude ten opzichte van dronken rijden. De impliciete narratief, waar dit onderzoek niet op gefocust was, riep wel meer weerstand op en leidde wel tot een negatieve attitude. Volgens Moyer-Gusé et al. (2012) komt het uitblijven van weerstand bij de expliciete narratief doordat het onderwerp dronken rijden voor de studenten in het onderzoek een vaak terugkerend onderwerp is. Volgens de onderzoekers betekent dit dat bij een expliciete boodschap met een ander gezondheidsthema waarschijnlijk andere effecten optreden.

1.5 Onderzoeksvraag

Onderzoekers houden er verschillende opvattingen op na over de effectiviteit van een expliciete of impliciete boodschap in narratieven, omdat het gebruik van een boodschap tot verschillende resultaten kan leiden. Het zou zowel positieve als negatieve effecten kunnen hebben voor de weerstand die ontstaat en de overtuigingskracht van het narratief. Daarom is het interessant om te kijken naar het effect van een expliciete boodschap in vergelijking met een impliciete boodschap op de overtuigingskracht van een narratief over orgaandonatie en de rol van cognitieve herhaling, transportatie, identificatie en weerstand hierbij.

De wetenschappelijke relevantie van dit onderzoek is dat er meer duidelijkheid wordt verkregen of de boodschap in een narratief effect heeft op de weerstand bij een lezer en de overtuigingskracht van een tekst. Bovendien wordt er dankzij dit onderzoek meer inzicht verkregen in de onderliggende beïnvloedingsprocessen transportatie en identificatie. Aangezien in de literatuur is aangetoond dat zowel transportatie als identificatie invloed kunnen hebben op de weerstand en overtuigingskracht, richt wetenschappelijk onderzoek zich op de kenmerken van narratieven, zoals de explicietheid van de boodschap, die deze twee beïnvloedingsprocessen verhogen.

Vooraf bij jongvolwassenen is het van belang om te kijken naar het effect van een expliciete en impliciete narratief op de weerstand en overtuigingskracht bij het gezondheidsthema orgaandonatie. Jongvolwassenen krijgen namelijk zodra ze 18 jaar worden een brief op de mat met de vraag of ze zich willen laten registreren als orgaandonor. Donorregistratie is een onderwerp dat regelmatig in de media voorkomt maar niet altijd juist wordt weergegeven (Morgan et al., 2010). Een gezondheidsboodschap kan onzekerheid en angstgevoelens oproepen (De Wit et al., 2008) en daardoor kan weerstand ontstaan. Uit onderzoek is gebleken dat weerstand verminderd kan worden door het gebruik van narratieven (Kreuter et al., 2007; McQueen et al., 2011; De Wit et al. 2008) maar het is nog onbekend in hoeverre de explicietheid van de boodschap van invloed is op de overtuigingskracht. Het is van belang om onderzoek te doen naar de explicietheid van de boodschap in narratieven om in de toekomst mensen beter te kunnen voorlichten over orgaandonatie. De maatschappelijke relevantie van dit onderzoek is dat door effectievere voorlichtingscampagnes het aantal orgaandonoren in Nederland stijgt.

Uit de hiervoor besproken literatuur komen twee zaken naar voren die een belangrijke rol kunnen spelen bij de weerstand en overtuigingskracht en nog niet nader zijn onderzocht. Ten eerste wat het effect is van een expliciete en een impliciete boodschap in een narratief op de weerstand en overtuigingskracht. Daarnaast is het van belang om ook te toetsen of een expliciete boodschap op zich effect heeft op de weerstand en overtuigingskracht of dat cognitieve herhaling een rol speelt. Om deze twee factoren, aanwezigheid van de boodschap en aanwezigheid van het narratief, te toetsen kunnen de volgende onderzoeksvragen geformuleerd worden:

***Q1:** Wat is het effect van de aanwezigheid van een boodschap op de overtuigingskracht?*

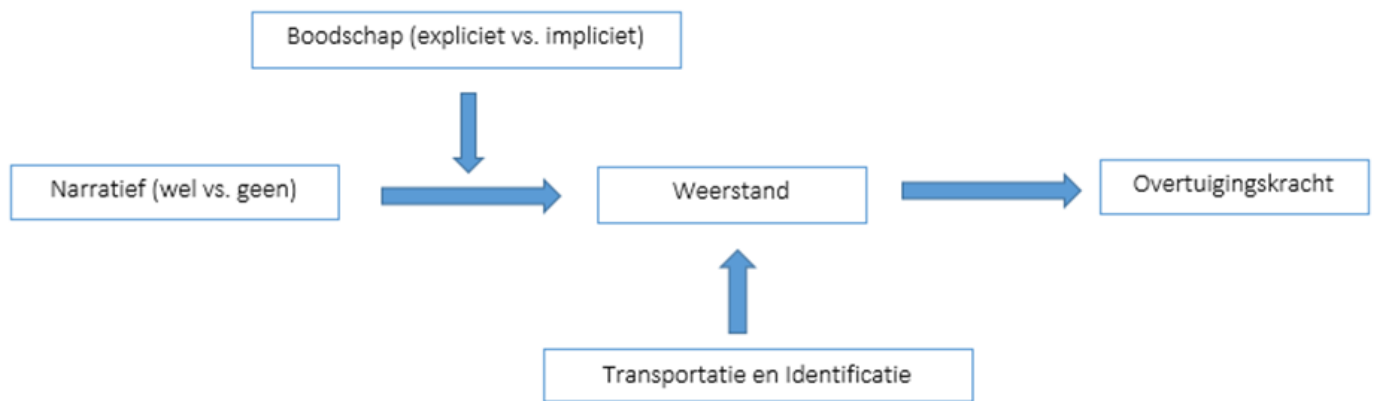
***Q2:** Wat is het effect van de aanwezigheid van een narratief op de overtuigingskracht?*

***Q3:** Wat is het interactie-effect van narratieven boodschap op de overtuigingskracht?*

Vervolgens is het ook van belang om te kijken naar het mediatie-effect tussen weerstand en overtuigingskracht en de rol van transportatie en identificatie bij weerstand en overtuigingskracht. Dit wordt onderzocht aan de hand van de volgende twee onderzoeksvragen:

Q4: Wat is de rol van weerstand bij deze effecten op de overtuigingskracht?

Q5: Wat is de rol van transportatie en identificatie bij de effecten op weerstand en overtuigingskracht?



Figuur 1: Conceptueel model

2. Methode

2.1 Materiaal

In deze studie is een experimenteel onderzoek uitgevoerd naar narratieven over orgaandonatie. Het materiaal bestond uit een positief narratief, een ervaringsverhaal van Marieke die een donororgaan heeft ontvangen. Op de website van de Transplantatiestichting stonden verschillende narratieven van donoren en het verhaal over harttransplantatie fungeerde als basis voor het uiteindelijke narratief (Transplantatiestichting, april 2015). Door een narratief uit de werkelijkheid te gebruiken was het materiaal in dit onderzoek ecologisch valide. Om de onderzoeksvragen van dit onderzoek te testen, is gebruikgemaakt van vier verschillende condities waarbij twee condities gebruik maakte van een versie van het narratief. Er zijn dus twee versies van één narratief.

Het verhaal gaat over Marieke, zij was 18 jaar toen zij opnieuw in het eindexamenjaar van de HAVO zat. Op een dag ontstond er paniek want haar hart werkte niet meer goed. Na een angstige tijd voor haar en haar familie kwam er net op tijd een donorhart. Marieke vertelt dat zij en haar vriendinnen te weinig beseften dat wat zij heeft meegemaakt op elke leeftijd kan voorkomen en zij vindt orgaandonatie heel erg belangrijk. Het narratief bestaat gemiddeld uit 590 woorden.

De onafhankelijke variabelen die getoetst werden in dit experiment, waren het gebruik van een narratief (wel of niet) en het gebruik van de boodschap in een narratief (expliciet of impliciet). In de eerste versie kreeg een groep proefpersonen het narratief te lezen zonder boodschap. In deze impliciete versie was de boodschap verborgen in het narratief en moest de ontvanger zelf de boodschap interpreteren. Deze impliciete boodschap met positieve informatie over orgaandonatie stond bijvoorbeeld als volgt in het narratief: *“Marieke is heel blij dat er iemand is geweest die ‘ja’ heeft gezegd tegen orgaandonatie en haar een hart en dus een leven heeft kunnen geven.”* In de tweede versie stond hetzelfde verhaal over Marieke maar hier is aan het einde van het narratief een expliciete boodschap van Marieke aan toegevoegd: *‘Nu leef ik, dankzij het hart van een ander. En als je nu denkt: tja dat overkomt mij allemaal niet. Dat dacht ik dus ook! Donor worden. Waar wacht je nog op? Word ook donor! Registreer je nu op wordookdonor.nl’* Vervolgens was er nog een groep proefpersonen die alleen bovenstaande expliciete boodschap van Marieke las zonder eerst het verhaal over Marieke te lezen. Op deze manier kan achterhaald worden of cognitieve herhaling invloed heeft op de overtuigingskracht of dat er sprake is van een effect van alleen de expliciete boodschap op zich. In bijlage 2 staan de drie condities van dit onderzoek waarbij gebruikgemaakt is van een impliciete narratief, een expliciete narratief en een expliciete boodschap. Ten slotte was er nog een controlegroep die geen narratief en geen boodschap te lezen kreeg, maar direct de enquête invulde. Bij deze controlegroep is er geen invloed van het narratief en kan de bestaande attitude achterhaald worden.

2.2 Onderzoeksontwerp

Voor dit onderzoek is gebruikgemaakt van een 2 (narratief: wel vs. geen narratief) x 2 (boodschap: wel vs. geen boodschap) tussenproefpersoonontwerp. Dit resulteerde in vier condities, zoals schematisch weergegeven in tabel 1. Aan elke conditie zijn verschillende proefpersonen toegewezen.

Tabel 1: Schematische weergave van het 2x2 design

	Wel expliciete boodschap	Geen expliciete boodschap
Wel narratief	Expliciete narratief	Impliciete narratief
Geen narratief	Expliciete boodschap	Controlevariabele

2.3 Pretest

De pretest is uitgevoerd om te achterhalen of de narratieven leesbaar zijn en natuurlijk overkomen. Acht masterstudenten zijn gevraagd om één van de vier condities te lezen en vervolgens de vragenlijst te bekijken. Zodra zij iets lazen wat zij niet snapten, zetten zij er een kruisje bij zodat zij later konden vertellen wat zij niet begrepen aan de betreffende vraag. Uit de kwalitatieve pretest bleek dat zowel het narratief als de gestelde vragen duidelijk waren, hier is daarom ook niets aan veranderd. De proefpersonen hadden het gevoel dat sommige vragen dubbel in de vragenlijst stonden en zij vonden de volgorde van de vragen niet logisch. Daarom is, op basis van de pretest, besloten om de vragen over weerstand, transportatie en identificatie niet door elkaar te stellen maar per component te behandelen. De negen componenten van weerstand, transportatie en identificatie zijn vervolgens wel door elkaar geplaatst in de vragenlijst. Zo kregen de proefpersonen eerst enkele vragen over de affectieve weerstand, vervolgens enkele vragen over de component aandacht van transportatie en daarna enkele vragen over de component empathie van identificatie. Vervolgens kwamen er in de vragenlijst enkele vragen over de cognitieve weerstand, de component emotie van transportatie en de component overname van perspectief van identificatie. Ten slotte werden er vragen gesteld over de laatste componenten van de drie processen: tegenargumenten (weerstand), aanwezigheid narratieve wereld (transportatie) en overname van identiteit (identificatie). Zo is de volgorde van de vragen logisch voor de proefpersonen en staan de verschillende processen alsnog door elkaar.

2.4 Proefpersonen

In totaal hebben 173 proefpersonen de vragenlijst compleet ingevuld. Alleen de vragenlijsten van proefpersonen die compleet zijn ingevuld, zijn meegenomen in dit onderzoek. Dit waren 119 vrouwen (69%) en 54 mannen (31%). De doelgroep bestaat uit jongvolwassenen in de leeftijd van 18 tot en met 20 jaar. Er is bewust voor deze doelgroep gekozen omdat dit een belangrijke doelgroep is van wie een groot deel zich nog niet geregistreerd heeft.

Aan dit onderzoek deden 50 achttienjarigen (29%) mee, 61 negentienjarigen (31%) en 62 twintigjarigen (36%). De gemiddelde leeftijd is 19 jaar ($SD = .80$). Van deze 173 jongvolwassenen volgen 149 proefpersonen (86%) een studie aan de hogeschool of universiteit. Acht proefpersonen werken (5%), veertien proefpersonen (8%) volgen een studie op het MBO en twee proefpersonen zitten op het HAVO/VWO (1%). Aan de 173 proefpersonen is ook gevraagd of zij zich al geregistreerd hebben als donor; 95 proefpersonen (55%) gaven aan donor te zijn en 78 proefpersonen (45%) gaven aan geen donor te zijn.

2.5 Procedure

In dit onderzoek is vooral gebruik gemaakt van de sneeuwbalmethode om participanten te werven. Om in korte tijd veel jongeren te bereiken is het online medium Facebook ingezet waar in verschillende studiegerelateerde groepen een berichtje is geplaatst met de oproep aan eerstejaars om mee te doen aan dit onderzoek. Vervolgens is hun gevraagd de vragenlijst door te sturen naar medestudenten en vrienden binnen deze leeftijdscategorie. In het berichtje op Facebook stond nadrukkelijk dat het voor de proefpersonen mogelijk was om de vragenlijst zowel op de laptop als op de smartphone in te vullen. De verwachting was dat veel jongeren op Facebook zitten via hun smartphone en dat de drempel om de vragenlijst in te vullen lager is als de vragenlijst ook beschikbaar is voor smartphones.

De vragenlijst is digitaal verspreid door middel van het online programma Qualtrics. Door Qualtrics zijn de vier condities random toebedeeld aan de proefpersonen en zijn de vier condities ook evenredig verdeeld over de proefpersonen. Er zijn 30 proefpersonen per conditie nodig voor een betrouwbaar onderzoek. In dit onderzoek werd elke versie door minimaal 40 proefpersonen gelezen (expliciete narratief $n=44$, impliciete narratief $n=42$, alleen expliciete boodschap $n=47$, controlegroep $n=40$). Voorafgaand aan het experiment werd door middel van een korte instructietekst duidelijk wat er van de proefpersonen werd verwacht, de instructietekst is te vinden in bijlage 1.

Iedere proefpersoon ontving een vragenlijst en deze is individueel afgenomen. Deze procedure was voor alle proefpersonen gelijk. Doordat het onderzoek online is afgenomen en de onderzoeker niet aanwezig was tijdens het invullen van de vragenlijst, is het onduidelijk of er sprake was van storende factoren bij de proefpersonen gedurende het onderzoek. Aangezien de procedure gelijk was voor alle proefpersonen en zij random zijn toegewezen, zijn de eventuele storende factoren waarschijnlijk ook gelijk verdeeld.

2.6 Instrumentatie

In dit experiment zijn door middel van de online vragenlijst meerdere afhankelijke variabelen gemeten die verschillend getoetst worden. In bijlage 3 staat de vragenlijst voor alle vier de condities waarmee de variabelen zijn gemeten.

Voor dit experiment is gebruik gemaakt van drie verschillende vragenlijsten en afhankelijk van de conditie kreeg iedere proefpersoon één van deze drie vragenlijsten te zien. De afhankelijke variabele overtuigingskracht is de enige variabele die in alle vier de condities is gemeten. Bij deze variabele is sprake van een 2x2 design zoals die hierboven bij het onderzoeksontwerp is weergegeven in tabel 1.

In de condities waarbij de proefpersonen een expliciet narratief, impliciet narratief of een expliciete boodschap lazen, zijn ook nog vragen toegevoegd om de weerstand te meten. Deze proefpersonen hebben namelijk een tekst gelezen over orgaandonatie en zij kunnen hierdoor weerstand ontwikkelen tegen de tekst.

Ten slotte zijn er aan de vragenlijsten met de narratieve condities, zowel het expliciete als het impliciete narratief, nog vragen toegevoegd om de onderliggende beïnvloedingsprocessen transportatie en identificatie te meten. De proefpersonen in deze condities lazen een verhaal en daardoor is het mogelijk dat zij zich transporteerden naar de narratieve wereld of zich identificeerden met het hoofdpersonage uit het narratief. In tabel 2 staat een schematische weergave van de gemeten variabelen per conditie.

Tabel 2: Schematische weergave van de gemeten variabelen per conditie van de vragenlijst.

	Wel expliciete boodschap	Geen expliciete boodschap
Wel narratief	Expliciete narratief: Overtuigingskracht Weerstand Transportatie Identificatie	Impliciete narratief: Overtuigingskracht Weerstand Transportatie Identificatie
Geen narratief	Expliciete boodschap: Overtuigingskracht Weerstand	Controlevariabele: Overtuigingskracht

Variabele overtuigingskracht

De eerste variabele die gemeten is, is de overtuigingskracht. De overtuigingskracht bestaat uit verschillende gedragsdeterminanten, namelijk de attitude, intentie en beliefs (Ajzen, 2006). De attitude is gemeten op een zevenpunts semantisch differentiaal gebaseerd op de schaal van Ajzen (2006) aan de hand van de volgende stellingen: *'Ik vind donorregistratie: onverstandig vs. verstandig, slecht vs. goed, negatief vs. positief'*. De betrouwbaarheid van de attitude bestaande uit drie items was

goed ($\alpha = .80$). Ook de intentie is gemeten op een zevenpuntsschaal bestaande uit drie items van Ajzen (2006) zoals *'Ik ben van plan om me te registreren als donor'*. Ook bij intentie bleek de schaal betrouwbaar ($\alpha = .98$). Beliefs zijn gemeten aan de hand van vijf stellingen waarop proefpersonen op een zevenpuntsschaal konden aangeven hoezeer zij het eens waren met de stelling. Hierbij kwamen stellingen aan bod zoals: *'Dankzij registratie als orgaandonor kan ik anderen helpen'* of *'Ik vind dat iedereen zich moet registreren als orgaandonor'*. De betrouwbaarheid van de beliefs bestaande uit vijf items was laag ($\alpha = .56$). Om die reden zijn de beliefs gemeten aan de hand van één vraag die de component beliefs het beste dekt op basis van Ajzen (2006). De vraag: *'Ik denk dat dankzij donorregistratie iemands toekomst gered kan worden'* is uiteindelijk gebruikt om het effect op beliefs te meten.

Variabele weerstand

Volgens de onderzoekers Brehm & Brehm (1981) is weerstand lastig te meten. Echter stellen Dillard en Shen (2005) dat weerstand bestaat uit zowel cognitieve als affectieve elementen die beide gemeten moeten worden. Volgens deze onderzoekers is weerstand een mengeling van negatieve cognitieve gedachten over de boodschap en afzender (cognitieve weerstand) en geïrriteerde gevoelens (affectieve weerstand).

De cognitieve weerstand, bestaande uit drie stellingen, is gemeten op een zevenpuntsschaal gebaseerd op de schaal van Dillard en Shen (2005) waarop de proefpersonen konden aangeven hoezeer zij het eens waren met de stelling. Een voorbeeld van een stelling is: *'Het verhaal probeerde mij een mening over orgaandonatie op te dringen'*. De schaal om cognitieve weerstand te meten bleek niet betrouwbaar te zijn ($\alpha = .59$). De betrouwbaarheid van de schaal om cognitieve weerstand te meten bleek na de verwijdering van deze vraag wel betrouwbaar te zijn ($\alpha = .70$). Daarom is ervoor gekozen om de stelling *'Ik vind dit verhaal niet betrouwbaar'* te verwijderen en niet mee te nemen in de analyses.

Voor de affectieve component moesten de proefpersonen aangeven in hoeverre ze boos en geïrriteerd waren tijdens het lezen van de tekst. Deze component bestaat eveneens uit drie items en is gemeten op een zevenpunts semantisch differentiaal (1 = helemaal niet, 7 = heel erg; Dillard & Shen, 2005) aan de hand van drie negatieve stellingen zoals *'Tijdens het lezen van het verhaal voelde ik me geërgerd'*. Ook zijn er twee positief geformuleerde stellingen opgenomen in de vragenlijst zoals *'Tijdens het lezen van het verhaal voelde ik me vrolijk'*. Dit is gedaan om de proefpersonen door de vraagstelling niet een bepaalde kant op te sturen. Deze items over positieve emoties dienden als opvulvragen en zijn niet meegenomen in de analyses. De drie negatief geformuleerde items bleken betrouwbaar te zijn om de affectieve weerstand te meten ($\alpha = .81$).

Het bedenken van mogelijke tegenargumenten door de proefpersonen is gemeten aan de

hand van drie stellingen gebaseerd op de schaal van Moyer-Gusé et al. (2011) zoals *'Tijdens het lezen ging ik op zoek naar onjuiste informatie in het verhaal'*. Proefpersonen konden op een zevenpuntsschaal aangeven in hoeverre zij het eens waren met de stellingen. Deze schaal bleek betrouwbaar ($\alpha = .74$). De schaal om de totale weerstand te meten, bestaande uit acht items in de componenten cognitieve weerstand, affectieve weerstand en het bedenken van tegenargumenten, bleek betrouwbaar te zijn ($\alpha = .72$).

Variabele Transportatie

De schaal om transportatie te meten is grotendeels gebaseerd op de schaal van narratieve betrokkenheid van De Graaf (2014). Deze schaal bestaat uit drie componenten: aandacht, emotie en de aanwezigheid van de proefpersoon in de narratieve wereld. Aandacht werd gemeten aan de hand van drie stellingen zoals *'Toen ik het verhaal las, was ik met mijn gedachten alleen bij het verhaal'*. Proefpersonen konden op een zevenpuntsschaal aangeven in hoeverre zij het eens waren met deze stellingen. De schaal om aandacht te meten bleek betrouwbaar te zijn ($\alpha = .88$). De component emotie is gemeten aan de hand van drie stellingen zoals *'Ik vond het verhaal van Marieke aangrijpend'*. De component emotie bleek ook betrouwbaar te zijn ($\alpha = .86$). Ook de laatste component van transportatie, aanwezigheid in de narratieve wereld, is gemeten aan de hand van drie stellingen. Proefpersonen konden op een zevenpuntsschaal aangeven in hoeverre ze het eens waren met stellingen zoals *'Toen ik het verhaal las, leek het alsof ik er in gedachten bij was'*. Ook deze schaal was betrouwbaar ($\alpha = .88$). De schaal om het proces transportatie als geheel te meten, bestaande uit de componenten aandacht, emotie en aanwezigheid in de narratieve wereld, bleek een betrouwbare schaal ($\alpha = .89$) van negen items te zijn.

Variabele Identificatie

Ook de schaal om identificatie te meten is grotendeels gebaseerd op de schaal narratieve betrokkenheid van De Graaf (2014) en bestaat uit drie componenten: empathie, overnemen van perspectief en het overnemen van de identiteit van het personage. Om empathie te meten werden drie stellingen voorgelegd zoals *'Tijdens het lezen leefde ik met Marieke mee'*. De schaal om empathie te meten was betrouwbaar ($\alpha = .80$). Om de schaal voor het overnemen van perspectief te meten zijn drie stellingen voorgelegd aan de proefpersonen zoals *'Tijdens het lezen stelde ik me voor hoe het zou zijn om in de positie van Marieke te zijn'*. Proefpersonen konden op een zevenpuntsschaal aangeven in hoeverre ze het eens waren met deze drie stellingen. Deze schaal bleek betrouwbaar te zijn ($\alpha = .88$). Ook de laatste component van identificatie, overnemen van identiteit, werd gemeten aan de hand van drie stellingen. Hier kwamen stellingen aan bod zoals *'In mijn verbeelding was het alsof ik Marieke was'*. Ook deze schaal was betrouwbaar ($\alpha = .96$). De schaal om het proces identificatie als geheel te

meten, bestaande uit de componenten empathie, overnemen van perspectief en overnemen van identiteit, bleek een betrouwbare schaal ($\alpha = .91$) van negen items te zijn.

Demografische kenmerken

Ten slotte is er ook een aantal variabelen in de vragenlijst opgenomen om te controleren of de gevonden verschillen verklaard kunnen worden door demografische variabelen (geslacht en leeftijd) van de proefpersonen en of zij al geregistreerd staan als donor. Uit een χ^2 -toets tussen de Conditie en het Geslacht van de respondent bleek geen verband te bestaan ($\chi^2 (3) = 0.69, p = .876$). Uit een χ^2 -toets tussen de Conditie en de Donorregistratie van de respondent bleek wel een verband te bestaan ($\chi^2 (3) = 13.02, p = .005$). Van de proefpersonen die het expliciete narratief zagen, waren er 21 wel donor en 23 niet. Van de proefpersonen die het impliciete narratief zagen, waren er 15 wel donor en 27 niet. Van de proefpersonen die de expliciete boodschap zagen, waren er 32 wel donor en 15 niet. Van de proefpersonen die in de controlegroep zaten, waren er 27 wel donor en 13 niet. De meeste proefpersonen die al geregistreerd waren als donor zaten in de groep die een expliciete boodschap zag of in de controlegroep. De kenmerken van de proefpersonen bleken dus niet gelijk verdeeld te zijn over de vier condities. Dit kan voor eventuele gevonden effecten een alternatieve verklaring zijn. Uit een tweeweg variantie-analyse voor Leeftijd van de proefpersoon met als factoren Narratief en Boodschap bleek een marginaal significant hoofdeffect voor Narratief ($F (1, 169) = 2.96, p = .087$). Er bleek geen significant hoofdeffect te zijn voor Boodschap ($F (1, 169) < 1$). Er trad ook geen interactie op tussen Narratief en Boodschap ($F (1, 169) < 1$). De proefpersonen die het impliciete narratief lazen waren gemiddeld het jongst, namelijk 18 jaar ($SD = .80$). De proefpersonen in de controlegroep waren het oudst, namelijk 20 jaar ($SD = .78$).

Manipulatiecheck

De manipulatiecheck is uitgevoerd om te achterhalen of de onafhankelijke variabele goed gemanipuleerd was, oftewel dat de boodschap in het narratief correct als expliciet of impliciet wordt bestempeld door de lezers. De manipulatiecheck is alleen uitgevoerd bij de condities met een expliciet narratief, impliciet narratief en de expliciete boodschap. Proefpersonen konden op een zevenpuntsschaal aangeven in hoeverre zij doorhadden dat de tekst hen probeerde te overtuigen en of de boodschap letterlijk in de tekst stond. Een stelling die in de vragenlijst naar voren kwam was bijvoorbeeld: *‘De boodschap werd letterlijk genoemd in het verhaal’*. Deze schaal bleek niet betrouwbaar te zijn ($\alpha = .53$). Omdat de schaal van drie items samen niet betrouwbaar was, is gekozen om de manipulatiecheck te meten aan de hand van één vraag die de manipulatiecheck het beste dekt op basis van *face validity*. Deze validiteit houdt in dat de onderzoeker bekijkt welke vraag de indruk wekt het beste aan te sluiten zodat er gemeten wordt wat er gemeten moet worden. De twee vragen

‘De tekst beperkt mij in mijn vrije keuze om mij te registreren als orgaandonor’ en *‘De tekst beperkt mij in mijn vrije keuze om mij te registreren als orgaandonor’* zouden ook de persuasieve intentie kunnen meten. Daarom is er voor gekozen om op basis van de derde vraag: *‘De boodschap werd letterlijk genoemd in het verhaal’* de manipulatiecheck te meten.

2.7 Statistische toetsing

Zoals te zien is in bovenstaand tabel 2 bij instrumentatie, zijn niet alle variabelen gemeten aan de hand van dezelfde vragen. Ook de toetsen per variabele zijn verschillend. De afhankelijke variabele overtuigingskracht is de enige variabele die in alle vier de condities wordt gemeten. De overtuigingskracht is daarom ook de enige variabele die aan de hand van een tweeweg variantieanalyse is getoetst. Om te toetsen of er ook sprake is van samenhang, is er ook nog een multiple regressieanalyse uitgevoerd op overtuigingskracht.

In de condities waarbij de proefpersonen een expliciet narratief, impliciet narratief of een expliciete boodschap lezen, zijn vragen gesteld om de weerstand te meten. De weerstand is getoetst middels meerdere eenweg variantieanalyses die drie groepen vergeleken. Om te toetsen of er ook sprake is van samenhang met transportatie en identificatie, is er ook nog een multiple regressieanalyse uitgevoerd op weerstand.

Ten slotte zijn er aan de vragenlijsten voor de narratieve condities, zowel de expliciete als de impliciete narratief, nog vragen toegevoegd om de beïnvloedingsprocessen transportatie en identificatie te meten. Beide processen zijn getoetst aan de hand van meerdere eenweg variantieanalyses die twee groepen vergeleken.

Omdat het mogelijk is dat er andere effecten optreden wanneer alleen gekeken werd naar de proefpersonen die geen donor zijn, is iedere analyse uitgevoerd voor zowel alle proefpersonen als alleen de proefpersonen die nog geen donor zijn. Op deze manier kon vergeleken worden of de invloed van de explicietheid van de boodschap in narratieven over orgaandonatie op de overtuigingskracht van de boodschap anders is bij proefpersonen die nog niet geregistreerd staan als donor ten opzichte van alle proefpersonen.

3. Resultaten

In dit resultatenhoofdstuk wordt een antwoord gegeven op de vijf onderzoeksvragen zoals geformuleerd in het theoretisch kader. Eerst wordt gekeken of de manipulatie van de teksten geslaagd was alvorens uitspraken te doen over de gevonden resultaten.

3.1 Manipulatiecheck

Om te kijken of de manipulatie heeft gewerkt, is er een manipulatiecheck uitgevoerd. Voor deze schaal is gebruikgemaakt van de stelling *‘De boodschap werd letterlijk genoemd in het verhaal’*. Met een eenweg variantieanalyse is getoetst in hoeverre proefpersonen die de expliciete narratief ($M = 5.17$, $SD = 1.72$) of de expliciete boodschap ($M = 5.00$, $SD = 1.46$) hadden gelezen, de boodschap letterlijk in de tekst zagen staan ten opzichte van de proefpersonen die de impliciete narratief gelezen hadden ($M = 4.00$, $SD = 1.51$). Deze drie condities bleken inderdaad significant te verschillen ($F(2, 128) = 6.90$, $p = .001$). De proefpersonen die het expliciete narratief of de expliciete boodschap hadden gelezen gaven aan dat de boodschap explicieter in de tekst stond ten opzichte van de proefpersonen die het impliciete narratief hadden gelezen. Hieruit mag geconcludeerd worden dat de manipulatie geslaagd was.

3.2 Hoofdeffecten

Effecten van de aanwezigheid van een narratief en een boodschap op de overtuigingskracht.

Om de eerste drie onderzoeksvragen te kunnen beantwoorden zijn meerdere tweeweg variantieanalyses uitgevoerd. Per component van overtuigingskracht is gekeken naar het effect van zowel een narratief als een boodschap en naar het interactie-effect op de attitude, intentie en belief. In tabel 3 staan de gemiddelden en standaarddeviaties van de componenten van overtuigingskracht. Uit de tweeweg variantieanalyse voor Attitude met als factoren Narratief en Boodschap bleken geen significante hoofdeffecten te zijn voor zowel Narratief ($F(1, 169) < 1$) als Boodschap ($F(1, 169) = 1.88$, $p = .172$). Ook was geen sprake van interactie tussen Narratief en Boodschap ($F(1, 169) < 1$). Ook voor de tweeweg variantieanalyse voor Intentie met als factoren Narratief en Boodschap bleken geen significante hoofdeffecten te zijn voor zowel Narratief ($F(1, 169) = 1.55$, $p = .215$) als Boodschap ($F(1, 169) < 1$) en trad er geen interactie-effect op ($F(1, 169) < 1$). Ten slotte bleek voor de tweeweg variantieanalyse voor Belief met als factoren Narratief en Boodschap, wel een significant hoofdeffect te zijn voor Narratief ($F(1, 169) = 5.48$, $p = .020$), maar niet voor Boodschap ($F(1, 169) < 1$). Er was ook geen sprake van een interactie-effect ($F(1, 169) < 1$). De aanwezigheid van een narratief ($M = 6.71$, SD

= 0.46) bleek voor een positievere belief te zorgen dan de afwezigheid van een narratief ($M = 6.47$, $SD = 0.83$), ongeacht de aanwezigheid van de expliciete boodschap.

Tabel 3. Gemiddelden en standaardafwijkingen van Overtuigingskracht, Attitude, Intentie en Belief door Narratief en Boodschap bij alle proefpersonen (1= laag en 7= hoog).

	Expliciete narratief <i>M</i> (<i>SD</i>)	Impliciete narratief <i>M</i> (<i>SD</i>)	Expliciete boodschap <i>M</i> (<i>SD</i>)	Controle variabele <i>M</i> (<i>SD</i>)	<i>n</i>
Attitude	9.60 (0.50)	6.54 (0.56)	6.62 (0.44)	6.43 (0.85)	173
Intentie	6.45 (1.77)	6.41 (1.85)	6.72 (2.04)	6.85 (1.85)	173
Belief	6.73 (0.45)	6.69 (0.47)	6.51 (0.66)	6.43 (1.01)	173

Daarna is onderzocht of een ander effect optreedt van narratief en boodschap op de overtuigingskracht als alleen gekeken wordt naar de proefpersonen die nog geen donor zijn. In tabel 4 staan de gemiddelden en standaarddeviaties van de componenten van overtuigingskracht bij niet-donoren. Uit de tweeweg variantieanalyse bleek voor Attitude een significant hoofdeffect van Narratief ($F(1, 74) = 4.33$, $p = .041$) maar geen significant hoofdeffect van Boodschap ($F(1, 74) < 1$) en ook geen interactie-effect ($F(1, 74) < 1$). Dit betekent dat het verschil in narratief een significant effect heeft op de attitude bij niet-donoren. De aanwezigheid van een narratief ($M = 6.42$, $SD = 0.58$) bleek voor een positievere attitude ten opzichte van donorregistratie te zorgen dan de afwezigheid van een narratief ($M = 6.10$, $SD = 0.79$), ongeacht de aanwezigheid van de expliciete boodschap.

Uit de tweeweg variantieanalyse voor Intentie blijkt zowel een marginaal significant hoofdeffect van Narratief ($F(1, 74) = 3.68$, $p = .059$) als een marginaal significant hoofdeffect van Boodschap ($F(1, 74) = 3.92$, $p = .052$). Er is echter geen sprake van een interactie-effect tussen Narratief en Boodschap ($F(1, 74) < 1$). Dit betekent dat zowel het verschil in narratief als het verschil in boodschap een marginaal significant effect hebben op de intentie bij niet-donoren. De aanwezigheid van een narratief ($M = 5.49$, $SD = 1.54$) leidde tot meer intentie om zich te registreren als orgaandonor dan de afwezigheid van een narratief ($M = 4.68$, $SD = 1.84$). De aanwezigheid van een boodschap ($M = 4.88$, $SD = 1.61$) leidde echter tot minder intentie om zich te registreren als orgaandonor dan de afwezigheid van een boodschap ($M = 5.58$, $SD = 1.73$).

Ten slotte blijkt uit de tweeweg variantieanalyse voor Belief wel een significant hoofdeffect van Narratief ($F(1, 74) = 11.18$, $p = .001$), maar geen significant hoofdeffect van Boodschap ($F(1, 74) < 1$) en ook geen interactie-effect ($F(1, 74) < 1$). Dit betekent dat het verschil in narratief een significant effect heeft op de belief bij niet-donoren. De aanwezigheid van een narratief ($M = 6.68$, $SD = 0.47$)

leidde tot een positievere belief om zich te registreren als orgaandonor dan de afwezigheid van een narratief ($M = 6.07$, $SD = 1.12$), ongeacht de aanwezigheid van de expliciete boodschap.

Tabel 4. Gemiddelden en standaardafwijkingen van Overtuigingskracht, Attitude, Intentie en Belief door Narratief en Boodschap bij niet-donoren (1= laag en 7= hoog).

	Expliciete narratief $M (SD)$	Impliciete narratief $M (SD)$	Expliciete boodschap $M (SD)$	Controle variabele $M (SD)$	n
Attitude	6.41 (0.52)	6.43 (0.64)	6.18 (0.38)	6.00 (1.11)	78
Intentie	5.13 (1.45)	5.79 (1.58)	4.27 (1.74)	5.15 (2.00)	78
Belief	6.70 (0.47)	6.67 (0.48)	6.13 (0.83)	6.00 (1.41)	78

Effecten van narratief en boodschap op de weerstand.

Vervolgens zijn er drie condities vergeleken op weerstand namelijk het expliciete narratief, impliciete narratief en de expliciete boodschap op de weerstand. In tabel 5 staan de gemiddelden en standaarddeviaties van weerstand en de componenten van weerstand. Uit een eenweg variantieanalyse voor Weerstand met als factor Conditie bleek een significant hoofdeffect van Conditie ($F(2, 130) = 3.56$, $p = .031$). Om erachter te komen welke condities significant van elkaar verschillen, is een Bonferroni post hoc toets uitgevoerd. Hieruit bleek dat de Weerstand significant hoger was bij de Expliciete Narratief ($M = 3.35$, $SD = 0.79$) dan bij de Expliciete Boodschap ($M = 2.92$, $SD = 0.94$) (Bonferronicorrectie, $p = .031$). Zowel de expliciete narratief en de impliciete narratief ($p = .210$) als de impliciete narratief en de expliciete boodschap ($p = 1.000$) verschilden niet significant van elkaar.

Daarna is gekeken of dit effect ook optrad bij de verschillende componenten van weerstand. Uit verschillende eenweg variantieanalyses bleek dat dit alleen het geval was bij de Affectieve Weerstand ($F(2, 130) = 10.75$, $p < .001$) en niet bij de Cognitieve Weerstand ($F(2, 130) < 1$) en bij Tegenargumenten ($F(2, 130) < 1$). De affectieve weerstand bleek significant hoger bij proefpersonen die een expliciete narratief hadden gelezen ($M = 3.81$, $SD = 1.00$) dan bij proefpersonen die de expliciete boodschap hadden gelezen ($M = 2.90$, $SD = 1.05$) (Bonferronicorrectie, $p < .001$). Ook bleek de affectieve weerstand significant hoger te zijn bij proefpersonen die de impliciete narratief hadden gelezen ($M = 3.40$, $SD = 0.67$) ten opzichte van de proefpersonen die de expliciete boodschap hadden gelezen ($M = 2.90$, $SD = 1.05$) (Bonferronicorrectie, $p = .036$). De condities expliciete narratief en impliciete narratief verschilden niet significant van elkaar (Bonferronicorrectie, $p = .146$). Het lezen van een narratief leidt tot meer affectieve weerstand dan het lezen van alleen een boodschap.

Tabel 5. Gemiddelden en standaardafwijkingen van verschillende Weerstanden door Conditie (1= laag en 7= hoog) bij alle proefpersonen.

	Expliciete narratief <i>M</i> (<i>SD</i>)	Impliciete narratief <i>M</i> (<i>SD</i>)	Expliciete boodschap <i>M</i> (<i>SD</i>)	<i>n</i>
Weerstand	3.35 (0.79)	3.04 (0.57)	2.92 (0,94)	133
Affectieve weerstand	3.81 (1.00)	3.40 (0.67)	2.90 (1.05)	133
Cognitieve weerstand	3.31 (1.49)	3.18 (1.40)	3.46 (1.23)	133
Tegenargumenten	2.61 (1.19)	2.33 (0.99)	2.58 (1.43)	133

Vervolgens is onderzocht of een ander effect optreedt van conditie op de weerstand als alleen gekeken wordt naar proefpersonen die geen donor zijn. In tabel 6 staan de gemiddelden en standaarddeviaties van de verschillende componenten van weerstand bij niet-donoren. Uit een eenweg variantieanalyse voor Weerstand met als factor Conditie bleek geen significant hoofdeffect van Conditie ($F(2, 62) = 7.73, p = .001$). Het lezen van een expliciet narratief, impliciet narratief of een expliciete boodschap leidde niet tot meer of minder weerstand bij niet-donoren. Er is ook gekeken of deze effecten optreden bij de componenten van weerstand. Uit een eenweg variantieanalyse voor Affectieve weerstand met als factor Conditie bleek een significant hoofdeffect van Conditie ($F(2, 62) = 1.79, p = .176$). De affectieve weerstand bleek significant hoger bij proefpersonen die een expliciete narratief hadden gelezen ($M = 3.97, SD = 0.97$) ten opzichte van proefpersonen die de expliciete boodschap hadden gelezen ($M = 2.85, SD = 1.07$) (Bonferronicorrectie, $p = .001$). Daarnaast bleek de affectieve weerstand marginaal significant hoger te zijn bij proefpersonen die een expliciete narratief hadden gelezen ($M = 3.97, SD = 0.97$) ten opzichte van proefpersonen die een impliciete narratief hadden gelezen ($M = 3.42, SD = 0.62$) (Bonferronicorrectie, $p = .085$). De condities impliciete narratief en expliciete boodschap verschilden niet significant van elkaar (Bonferronicorrectie, $p = .137$). Het lezen van een expliciet narratief leidde tot meer affectieve weerstand bij niet-donoren dan na het lezen van een impliciet narratief of expliciete boodschap. Voor de component Cognitieve Weerstand bleek uit een eenweg variantieanalyse geen significant hoofdeffect van Conditie ($F(2, 62) = 1.50, p = .232$). Het lezen van een expliciet narratief, impliciet narratief of expliciete boodschap had geen significant effect op de cognitieve weerstand. Voor de component Tegenargumenten bleek uit een eenweg variantieanalyse een marginaal significant hoofdeffect van Conditie ($F(2, 62) = 2.89, p = .063$). Niet-donoren produceerden marginaal significant meer tegenargumenten na het lezen van de expliciete boodschap ($M = 3.42, SD = 1.36$) dan na het lezen van een impliciet narratief ($M = 2.53, SD = 0.96$) (Bonferronicorrectie, $p = .062$).

Zowel de condities expliciete en impliciete narratief (Bonferronicorrectie, $p = 1.000$) als de condities expliciete narratief en expliciete boodschap (Bonferronicorrectie, $p = .247$) verschilden niet significant van elkaar.

Tabel 6. Gemiddelden en standaardafwijkingen van verschillende Weerstanden door Conditie bij niet-donoren (1= laag en 7= hoog).

	Expliciete narratief		Impliciete narratief		Expliciete boodschap		
	<i>M</i>	<i>(SD)</i>	<i>M</i>	<i>(SD)</i>	<i>M</i>	<i>(SD)</i>	<i>n</i>
Weerstand	3.52	(0.74)	3.13	(0.58)	3.27	(0,98)	65
Affectieve weerstand	3.79	(0.97)	3.42	(0.62)	2.85	(1.07)	65
Cognitieve weerstand	3.57	(1.47)	3.28	(1.38)	4.07	(1.39)	65
Tegenargumenten	2.74	(1.25)	2.53	(0.96)	3.42	(1.36)	65

Effecten van boodschap op de transportatie.

Om te achterhalen of het verschil in boodschap in een narratief van invloed is op de transportatie, is er een eenweg variantieanalyse uitgevoerd. In tabel 7 staan de gemiddelden en standaarddeviaties van transportatie en de componenten van transportatie. Uit de eenweg variantieanalyse voor Transportatie met als factor Boodschap bleek geen significant hoofdeffect voor Boodschap ($F(1, 84) < 1$). Verschil in boodschap in een narratief, impliciet of expliciet, leidt niet tot een hogere of lagere transportatie naar de narratieve wereld. Voor alle drie de componenten van transportatie is ook geen significant effect gevonden: Aandacht ($F(1, 84) = 1.85$, $p = .177$), Emotie ($F(1, 84) < 1$) en Aanwezigheid in de narratieve wereld ($F(1, 84) = 1.80$, $p = .183$).

Tabel 7. Gemiddelden en standaardafwijkingen van verschillende componenten van Transportatie door Boodschap bij alle proefpersonen (1= laag en 7= hoog).

	Expliciete narratief		Impliciete narratief		
	<i>M</i>	<i>(SD)</i>	<i>M</i>	<i>(SD)</i>	<i>n</i>
Transportatie	4.45	(1.14)	4.40	(0.99)	86
Aandacht	5.11	(1.41)	4.73	(1.19)	86
Emotie	4.89	(1.17)	4.69	(1.04)	86
Aanwezigheid	3.36	(1.48)	3.79	(1.50)	86

Ook voor het proces transportatie is onderzocht of de effecten verschilden als er alleen gekeken werd naar proefpersonen die geen donor waren. In tabel 8 staan de gemiddelden en standaarddeviaties van transportatie en de componenten van transportatie bij niet-donoren. Uit verschillende eenweg variantieanalyses bleek dat geen significant hoofdeffect is gevonden van Boodschap op zowel Transportatie ($F(1, 48) < 1$) als op de componenten van transportatie: Aandacht ($F(1, 48) = 2.81, p = .100$), Emotie ($F(1, 48) < 1$) en Aanwezigheid in de narratieve wereld ($F(1, 48) = 1.69, p = .200$). Het lezen van een expliciete of impliciete boodschap in een narratief leidt niet tot een hogere of lagere transportatie naar de narratieve wereld bij niet-donoren.

Tabel 8. Gemiddelden en standaardafwijkingen van verschillende componenten van Transportatie door Boodschap bij niet-donoren (1= laag en 7= hoog).

	Expliciete		Impliciete		
	narratief		narratief		
	<i>M</i>	(<i>SD</i>)	<i>M</i>	(<i>SD</i>)	<i>n</i>
Transportatie	4.42	(1.34)	4.42	(0.86)	50
Aandacht	5.26	(1.53)	4.63	(1.13)	50
Emotie	4.67	(1.31)	4.74	(0.93)	50
Aanwezigheid	3.32	(1.69)	3.89	(1.41)	50

Effecten van boodschap op de identificatie.

Ten slotte is gekeken of het verschil in boodschap in een narratief van invloed is op de identificatie. Hiervoor zijn eenweg variantieanalyses uitgevoerd. In tabel 9 staan de gemiddelden en standaarddeviaties van identificatie en de componenten van identificatie. Uit de eenweg variantieanalyse voor Identificatie met als factor Boodschap bleek geen significant hoofdeffect voor Boodschap ($F(1, 84) < 1$). Verschil in boodschap in een narratief, impliciet of expliciet, heeft geen effect op de identificatie met het hoofdpersonage. Ook voor alle drie de componenten van identificatie is geen significant hoofdeffect gevonden: empathie ($F(1, 84) < 1$), overnemen van perspectief ($F(1, 84) = 1.18, p = .281$) en overnemen van identiteit ($F(1, 84) < 1$).

Tabel 9. Gemiddelden en standaardafwijkingen van verschillende componenten van Identificatie door Boodschap bij alle proefpersonen (1= laag en 7= hoog).

	Expliciete narratief	Impliciete narratief	
	<i>M</i> (<i>SD</i>)	<i>M</i> (<i>SD</i>)	<i>n</i>
Identificatie	4.12 (1.19)	3.94 (1.13)	86
Empathie	4.77 (1.14)	4.59 (1.24)	86
Perspectief	4.98 (1.45)	4.67 (1.18)	86
Identiteit	2.62 (1.63)	2.59 (1.58)	86

Voor het proces identificatie is ook onderzocht of er andere effecten optreden als alleen gekeken wordt naar de proefpersonen die geen donor zijn. In tabel 10 staan de gemiddelden en standaarddeviaties van transportatie en de componenten van transportatie bij niet-donoren. Uit verschillende eenweg variantieanalyses bleek dat voor zowel identificatie ($F(1, 48) < 1$) als voor alle drie de componenten van identificatie geen significant effecten gevonden zijn: empathie ($F(1, 48) < 1$), overnemen van perspectief ($F(1, 48) < 1$) en overnemen van identiteit ($F(1, 48) < 1$). Ook bij niet-donoren heeft het lezen van een expliciet of impliciet narratief geen effect op de identificatie met het hoofdpersonage.

Tabel 10. Gemiddelden en standaardafwijkingen van verschillende componenten van Identificatie door Boodschap bij niet-donoren (1= laag en 7= hoog).

	Expliciete narratief	Impliciete narratief	
	<i>M</i> (<i>SD</i>)	<i>M</i> (<i>SD</i>)	<i>n</i>
Identificatie	4.04 (1.43)	4.06 (1.09)	50
Empathie	4.75 (1.38)	4.89 (1.03)	50
Perspectief	4.70 (1.60)	4.68 (1.14)	50
Identiteit	2.68 (1.83)	2.62 (1.69)	50

3.3 Samenhangende effecten

Nadat de hoofdeffecten zijn geanalyseerd, is de samenhang tussen de onafhankelijke en afhankelijke variabelen bekeken.

Overtuigingskracht

Om te onderzoeken of weerstand, transportatie en identificatie samenhangen met de componenten van overtuigingskracht, is een aantal regressieanalyses uitgevoerd. Er is een multiple regressie

uitgevoerd onder alle proefpersonen en hieruit bleek dat de Attitude ten opzichte van donorregistratie niet te verklaren was door de ingebrachte variabelen Weerstand, Transportatie en Identificatie ($F(3, 82) = < 1$). Zowel weerstand ($\beta = -.09, p = .445$) als transportatie ($\beta = .01, p = .960$) en identificatie ($\beta = .14, p = .416$) bleken geen significante voorspellers te zijn van attitude. Uit een multiple regressie onder alle proefpersonen bleek dat de Intentie om zich te registreren voor 1,3% niet significant te verklaren was door de ingebrachte variabelen Weerstand, Transportatie en Identificatie ($F(3, 82) = 1,37, p = .258$). Weerstand ($\beta = -.19, p = .081$) bleek als enige een marginaal significante voorspeller te zijn van intentie. Zowel transportatie ($\beta = .12, p = .477$) als identificatie ($\beta = -.06, p = .714$) bleken geen significante voorspellers te zijn van intentie. Hieruit blijkt dat een lagere weerstand tegen de tekst leidt tot meer intentie om zich te registreren. In regressietabel 11 staan de regressies bij alle proefpersonen.

Tabel 11. Regressieanalyse voor de variabelen die de intentie voorspellen bij alle proefpersonen (N = 86).

Variabele	<i>B</i>	<i>SE B</i>	β
Weerstand	-.50	.28	-.19**
Transportatie	.21	.29	.12
Identificatie	-.10	.27	-.06
R^2	.013		
<i>F</i>	1.37		

** $p < .095$

Ten slotte is nog gekeken naar samenhang met de component belief van overtuigingskracht. Uit een multiple regressie onder alle proefpersonen bleek dat Belief voor 14% te verklaren was door de ingebrachte variabelen Weerstand, Transportatie en Identificatie ($F(3, 82) = 5.63, p = .001$). Weerstand ($\beta = -.19, p = .073$) bleek als enige een marginaal significante voorspeller te zijn van belief. Zowel transportatie ($\beta = .20, p = .220$) als identificatie ($\beta = .21, p = .201$) bleken geen significante voorspellers te zijn van belief. Hieruit blijkt dat een lagere weerstand tegen de tekst leidt tot een positievere belief.

Tabel 12. Regressieanalyse voor de variabelen die de belief voorspellen bij alle proefpersonen (N = 86).

Variabele	<i>B</i>	<i>SE B</i>	β
Weerstand	-.19	.10	-.19**
Transportatie	.13	.11	.20
Identificatie	.13	.10	.21
R^2	.14		
<i>F</i>	5.63*		

* $p < .050$, ** $p < .095$

Vervolgens is er nog gekeken naar de samenhang tussen weerstand, transportatie en identificatie met de componenten van overtuigingskracht bij niet-donoren. Er is een multiple regressie uitgevoerd onder niet-donoren en hieruit bleek dat de Attitude ten opzichte van donorregistratie niet te verklaren was door de ingebrachte variabelen Weerstand, Transportatie en Identificatie ($F(3, 46) = < 1$). Zowel weerstand ($\beta = .20, p = .205$) als transportatie ($\beta = .19, p = .371$) en identificatie ($\beta = -.83, p = .709$) bleken geen significante voorspellers te zijn van attitude. Uit een multiple regressie onder niet-donoren bleek ook dat de Intentie om zich te registreren voor orgaandonatie niet te verklaren was door de ingebrachte variabelen Weerstand, Transportatie en Identificatie ($F(3, 46) = < 1$). Zowel weerstand ($\beta = -.16, p = .290$) als transportatie ($\beta = .21, p = .334$) en identificatie ($\beta = -.04, p = .854$) bleken geen significante voorspellers te zijn van intentie. Tenslotte is er nog gekeken naar samenhang met de component belief van overtuigingskracht. In regressietabel 13 staan de regressies bij alle proefpersonen in het regressietabel. Uit een multiple regressie onder alle proefpersonen bleek dat de Belief voor 17% te verklaren was door de ingebrachte variabelen Weerstand, Transportatie en Identificatie ($F(3, 46) = 4.32, p = .009$). Transportatie ($\beta = .45, p = .025$) bleek als enige een significante voorspeller te zijn van belief. Zowel weerstand ($\beta = -.09, p = .536$) als identificatie ($\beta = .03, p = .868$) bleken geen significante voorspellers te zijn van belief. Hieruit blijkt dat een hogere transportatie naar de narratieve wereld leidt tot een positievere belief bij niet-donoren.

Tabel 13. Regressieanalyse voor de variabelen die de belief voorspellen bij niet-donoren (N = 50).

Variabele	<i>B</i>	<i>SE B</i>	β
Weerstand	-.08	.13	-.09
Transportatie	.26	.12	.45*
Identificatie	.02	.10	.03
R^2	.17		
<i>F</i>	4.32*		

* $p < .050$

Weerstand

Om te onderzoeken of transportatie en identificatie samenhangen met weerstand tegen een tekst is er een aantal regressieanalyse uitgevoerd. In regressietabel 14 staan de regressies bij alle proefpersonen in het regressietabel. Uit een multiple regressie onder alle proefpersonen bleek dat de Weerstand niet significant te verklaren was door de ingebrachte variabelen Transportatie en Identificatie ($F(2, 83) = 1.60, p = .209$). Transportatie ($\beta = -.23, p = .170$) bleek geen significante voorspeller te zijn van weerstand. Identificatie ($\beta = .30, p = .078$) bleek echter wel een marginaal significante voorspeller te zijn van weerstand. Hieruit blijkt dat identificatie positief samenhangt met weerstand. Dit betekent dat een hogere identificatie met het hoofdpersonage leidt tot meer weerstand tegen de tekst.

Tabel 14. Regressieanalyse voor de variabele die de weerstand voorspelt bij alle proefpersonen (N = 86).

Variabele	B	SE B	β
Transportatie	-.15	.11	-.23
Identificatie	.18	.10	.30**
R^2	.01		
F	1.60		

** $p < .095$

Vervolgens is gekeken of de samenhang tussen weerstand, transportatie en identificatie verschilde als alleen gekeken werd naar proefpersonen die geen donor zijn. In regressie tabel 15 staan de regressies bij niet donoren. Uit de regressieanalyse met alleen de proefpersonen die geen donor zijn, bleek dat de Weerstand voor 7% te verklaren was door de ingebrachte variabelen Transportatie en Identificatie ($F(2, 47) = 2.92, p = .064$). Transportatie ($\beta = -.19, p = .355$) bleek geen significante voorspeller te zijn van weerstand. Identificatie met het hoofdpersonage bleek echter wel een significante voorspeller te zijn voor de weerstand tegen een tekst ($\beta = .45, p = .033$). Hieruit blijkt dat identificatie positief samenhangt met weerstand. Dit betekent dat een hogere identificatie met het hoofdpersonage bij niet-donoren leidt tot meer weerstand tegen de tekst.

Tabel 15. Regressieanalyse voor de variabele die de weerstand voorspelt bij niet-donoren (N = 50).

Variabele	B	SE B	β
Transportatie	-.12	.13	-.19
Identificatie	.24	.11	.45*
R^2	.07		
F	2.92**		

* $p < .050$, ** $p < .095$

4. Conclusie en discussie

Het doel van dit onderzoek was het achterhalen of een expliciete boodschap een narratief daadwerkelijk overtuigender kan maken. In dit onderzoek is gekeken naar de invloed van de explicietheid van de boodschap in narratieven over orgaandonatie, op de overtuigingskracht van de boodschap. De huidige donorstatus blijkt een invloedrijke factor te zijn in het voorspellen van de reacties van mensen op de tekst. Om die reden is ervoor gekozen om ook naar de effecten op weerstand en overtuigingskracht te kijken bij enkel niet-donoren. Dit is ook gedaan omdat dit de doelgroep is die bereikt moet worden met de campagnes. Voorafgaand aan de studie zijn vijf onderzoeksvragen opgesteld over de effecten van een narratief en boodschap en de invloed van enkele processen op de overtuigingskracht. Deze vijf onderzoeksvragen zullen in dit hoofdstuk achtereenvolgens besproken worden.

De eerste onderzoeksvraag luidde als volgt: *wat is het effect van de aanwezigheid van een boodschap op de overtuigingskracht?* Uit de resultaten blijkt dat het verschil in boodschap geen effect heeft op de componenten van overtuigingskracht: attitude, intentie en belief. Echter, als alleen gekeken wordt naar niet-donoren dan treden andere effecten op. Bij niet-donoren blijkt het verschil in boodschap wel van invloed op de overtuigingskracht. De afwezigheid van een boodschap leidt bij niet-donoren tot een hogere intentie om zich te registreren als orgaandonor dan bij aanwezigheid van de boodschap. Het gebruik van een impliciete boodschap leidt dus tot een hogere intentie om zich te registreren en tot meer overtuigingskracht van de tekst.

De tweede onderzoeksvraag die gesteld was, luidde als volgt: *wat is het effect van de aanwezigheid van een narratief op de overtuigingskracht?* Het blijkt dat de aanwezigheid van een narratief leidt tot een hogere overtuigingskracht van de tekst. Uit de resultaten onder alle proefpersonen blijkt namelijk dat het lezen van een narratief leidt tot een positievere belief dan het niet lezen van een narratief. Voor niet-donoren geldt ook dat het lezen van een narratief leidt tot een positievere belief. Bovendien blijkt uit de gevonden resultaten bij niet-donoren dat het lezen van een narratief ook leidt tot een positievere attitude ten opzichte van orgaandonatie en dat het leidt tot een hogere intentie om zich te registreren als orgaandonor dan na het lezen van tekst zonder narratief of geen tekst. Het lezen van een narratief heeft bij niet-donoren een positief effect op alle drie de componenten van overtuigingskracht: attitude, intentie en belief. Uit deze resultaten blijkt dat bij niet-donoren cognitieve herhaling effectief blijkt te zijn. Dankzij narratieven kan de boodschap namelijk expliciet worden herhaald en wordt cognitieve herhaling vergemakkelijkt.

De derde onderzoeksvraag was: *wat is het interactie-effect van narratieven en boodschap op de overtuigingskracht?* Uit de resultaten blijkt dat er geen interactie-effecten zijn gevonden voor narratief

en boodschap op de componenten van overtuigingskracht, noch voor alle proefpersonen noch voor enkel niet-donoren. De vier condities (expliciete narratief, impliciete narratief, expliciete boodschap en controlegroep) konden daarom niet onderling met elkaar vergeleken worden.

De vierde onderzoeksvraag kan ook beantwoord worden: *wat is de rol van weerstand bij deze effecten op de overtuigingskracht?* Uit de resultaten blijkt dat na het lezen van zowel een expliciet narratief als een impliciet narratief de affectieve weerstand hoger was dan na het lezen van een expliciete boodschap. Ook blijkt uit de gevonden resultaten dat een hogere weerstand tegen de tekst leidt tot een lagere intentie om zich te registreren als orgaandonor en tot een negatievere belief. Een hogere weerstand tegen de tekst leidt dus tot een lagere overtuigingskracht van de tekst. Als alleen gekeken wordt naar niet-donoren blijkt dat het lezen van een expliciet narratief leidt tot meer affectieve weerstand dan het lezen van een impliciet narratief of expliciete boodschap. Niet-donoren produceren bovendien meer tegenargumenten na het lezen van de expliciete boodschap dan na het lezen van een impliciet narratief. Het lezen van een impliciet narratief leidt daarom tot minder weerstand bij niet-donoren dan het lezen van een expliciet narratief of expliciete boodschap. Uit het experiment blijkt ook dat bij niet-donoren de weerstand tegen een tekst niet samenhangt met de overtuigingskracht van een tekst.

Op de vijfde onderzoeksvraag is ook een antwoord gevonden: *wat is de rol van transportatie en identificatie bij de effecten op weerstand en overtuigingskracht?* Het blijkt dat het verschil in boodschap in een narratief, impliciet of expliciet, geen effect heeft op zowel de transportatie naar de narratieve wereld als de identificatie met het hoofdpersonage. Ook is er geen samenhang gevonden tussen transportatie en overtuigingskracht en tussen identificatie en overtuigingskracht. Transportatie heeft geen samenhang met de weerstand. Identificatie hangt wel samen met weerstand: een hogere identificatie met het hoofdpersonage betekent meer weerstand tegen de tekst. Voor niet-donoren geldt dit ook: hogere identificatie met het hoofdpersonage betekent ook bij niet-donoren meer weerstand tegen de tekst. Verder geldt voor niet-donoren ook dat het verschil in boodschap, expliciet of impliciet, niet leidt tot hogere transportatie of meer identificatie. Bij niet-donoren hangt transportatie overigens wel samen met de overtuigingskracht: niet-donoren met een hogere transportatie naar de narratieve wereld hebben een positievere belief. Kortom, voor mensen die geen donor zijn blijkt zowel transportatie positief samen te hangen met overtuigingskracht als identificatie met weerstand.

Verklaringen voor de gevonden resultaten

Gezien de resultaten en beantwoording van de onderzoeksvragen bevestigt dit onderzoek dat bij niet-donoren narratieven een positiever effect hebben op alle drie de componenten van overtuigingskracht dan een persuasieve boodschap. Bovendien blijkt voor niet-donoren dat

transportatie, dat ontstaat middels een narratief, samenhangt met de overtuigingskracht. Hierbij sluit dit experiment aan bij eerdere onderzoeken naar narratieven (Kreuter et al. 2007, McQueen et al. 2011 en De Wit et al. 2008). Bovendien was de verwachting in dit onderzoek, naar aanleiding van het onderzoek van Morgan et al. (2010), dat narratieven met positieve informatie over orgaandonatie leiden tot een positieve attitude onder niet-donoren. Uit de gevonden resultaten blijkt inderdaad dat niet-donoren een positievere attitude hebben na het lezen van een positief narratief dan na het lezen van tekst zonder narratief of geen tekst. Ondanks dat er geen interactie-effect is gevonden, kan verwacht worden dat het gebruik van een impliciet narratief het meest effectief is bij jongvolwassenen die nog geen donor zijn. Uit de resultaten blijkt namelijk dat een impliciete boodschap leidt tot een hogere intentie om zich te registreren als orgaandonor. Deze bevinding ondersteunt de veronderstelling van Moyer-Gusé et al. (2012) dat narratieven met een impliciete boodschap effectiever zijn dan narratieven met een expliciete boodschap. Zij vonden in hun onderzoek ook dat een expliciete narratief niet leidde tot een hogere overtuigingskracht ten opzichte van de controlegroep.

Dit onderzoek bevestigt ook de theorie van Moyer-Gusé (2008) dat voor niet-donoren een impliciet narratief effectiever is doordat de persuasieve intentie minder duidelijk is waardoor ontvangers niet het gevoel hebben dat het verhaal hen probeert te overtuigen. Uit dit experiment komt inderdaad naar voren dat bij niet-donoren het lezen van een impliciet narratief leidt tot het produceren van minder tegenargumenten en minder weerstand dan het lezen van een expliciet narratief of expliciete boodschap. Uit het experiment blijkt echter ook dat bij mensen die nog geen donor zijn, de weerstand tegen een tekst niet samenhangt met de overtuigingskracht van een tekst. Het uitblijven van een effect van weerstand op overtuigingskracht bij niet-donoren kan verklaard worden vanwege de attitude ten opzichte van het gezondheidsthema in het narratief. Het thema orgaandonatie, waar niet-donoren positief tegenover staan, kan er toe hebben geleid dat er geen effecten van weerstand op overtuigingskracht gevonden zijn.

Het produceren van minder tegenargumenten zou volgens Slater en Rouner (2002) komen door een hogere transportatie naar de narratieve wereld. De resultaten van dit onderzoek liggen echter niet in lijn met de theorie van Slater en Rouner (2002): transportatie van niet-donoren naar de narratieve wereld hangt niet samen met de weerstand, maar met de overtuigingskracht van een tekst. Niet-donoren met een hogere transportatie naar de narratieve wereld ervoeren de tekst overtuigender maar dit blijkt niet te komen doordat er minder tegenargumenten geproduceerd worden. De bevindingen uit deze studie ondersteunen wel het idee van Kreuter et al. (2007). Zij stellen dat de mate waarin de lezer wordt getransporteerd naar de narratieve wereld, van invloed is op de mate waarin overtuigingen, attitude en gedrag over gezondheidsproblemen beïnvloed worden door narratieven. Ook uit onderzoek van Green en Brock (2002) bleek dat ontvangers met hoge

transportatie de boodschap uit het verhaal meer accepteerden dan ontvangers met lage transportatie. De onderzoeksresultaten van dit experiment bevestigen dit.

Uit dit onderzoek bleek, in tegenstelling tot transportatie, dat het proces identificatie wel van invloed is op de weerstand bij niet-donoren. Een hogere identificatie met het hoofdpersonage leidt tot meer weerstand tegen de tekst volgens dit experiment. Dit resultaat komt niet overeen met het *Entertainment Overcoming Resistance Model (EORM)* van Moyer-Gusé (2008) en de bevindingen van Morgan et al. (2010) en Cohen (2001). Zij stellen dat identificatie leidt tot een verandering in het beeld dat men heeft van de gevolgen van het vertoonde gedrag (Moyer-Gusé 2008, Morgan et al. 2010 en Cohen 2001). Daarnaast wordt gesteld in het *EORM* dat identificatie ook leidt tot het produceren van minder tegenargumenten (Moyer-Gusé, 2008). Dit wordt ook niet ondersteund in dit onderzoek. Een mogelijke verklaring waarom een hogere identificatie leidt tot meer weerstand tegen de boodschap is vanwege het feit dat in dit gebruikte narratief de hoofdpersonage erg ziek was en een harttransplantatie nodig had. Hogere identificatie met dit hoofdpersonage leidt ertoe dat de lezer tijdens de identificatie dezelfde gedachten en emoties ervaart als de personage in het narratief (Cohen, 2001). Maar men wil zich niet zo ziek voelen en afhankelijk van een hartdonor als het hoofdpersonage. Dit is een mogelijke verklaring voor meer weerstand bij een hogere identificatie met het personage.

Beperkingen van het onderzoek en vervolgonderzoek

Ondanks dat het onderzoek secuur en adequaat is uitgevoerd, dient er een aantal kanttekeningen geplaatst te worden. Op basis van de pretest is besloten om alle vragen van de processen weerstand, transportatie en identificatie niet door elkaar te stellen, maar bij elkaar horende vragen bij elkaar te plaatsen per component en de componenten vervolgens te mixen ten behoeve van de leesbaarheid van de vragenlijst. De proefpersonen uit de pretest gaven namelijk aan dat de vragen vaak dubbel gesteld werden en dat ze de volgorde niet logisch vonden. Echter, het doel van het door elkaar plaatsen van alle vragen over de verschillende processen is om ervoor te zorgen dat proefpersonen minder door hebben welke vragen bij elkaar horen. Doordat de vragen over het bijbehorend component onder elkaar stonden, zouden de proefpersonen dit wel door gehad kunnen hebben. Dit is dan ook een mogelijke beperking van deze studie met het oog op de gehanteerde methode.

Een andere beperking van deze studie is dat een component van de overtuigingskracht, beliefs, geen betrouwbare schaal was. De betrouwbaarheid van de beliefs bestaande uit vijf items was laag ($\alpha = .56$). Daarom is gekozen om de beliefs te meten aan de hand van één vraag die het component beliefs het beste dekt volgens Ajzen (2006). De vraag: '*Ik denk dat dankzij donorregistratie iemands toekomst gered kan worden*' is uiteindelijk gebruikt om het effect op belief te meten.

Ook de schaal voor de manipulatiecheck bleek niet betrouwbaar te zijn ($\alpha = .53$). Omdat de

schaal van drie items samen niet betrouwbaar was, is gekozen om de manipulatiecheck te meten aan de hand van één vraag die de manipulatiecheck het beste dekt op basis van *face validity*. Hieruit mag geconcludeerd worden dat de manipulatie op basis van één vraag desondanks geslaagd was.

Een andere kanttekening die geplaatst moet worden is dat dit experiment afgenomen is in januari 2016. Het kan zijn dat gebeurtenissen die vlak voor dit experiment speelden invloed hebben gehad op de resultaten. Eind november bleek dat Ludo, al 20 jaar een hoofdpersonage uit Nederlands grootste soap Goede Tijden Slechte Tijden, nierfalen heeft en een nierdonor zoekt (Goede Tijden Slechte Tijden, november 2015). Ludo is echter geen geliefd personage in de soap en wil in het begin ook geen donor maar uiteindelijk krijgt hij in februari 2016 een niertransplantatie die voorspoedig verloopt. Daarnaast vond in oktober 2015 de Donorweek plaats. Dit is een week waarin orgaan- en weefseldonatie in het middelpunt van de belangstelling staat en veel campagnes getoond worden in de media om aandacht te vragen voor het tekort aan donoren (Transplantatiestichting, oktober 2015).

Een andere kanttekening is dat uiteindelijk net iets meer dan de helft van de proefpersonen zich al geregistreerd had als donor voor deelname aan dit experiment. Dit kan voor eventuele gevonden effecten een alternatieve verklaring zijn en zou de betrouwbaarheid en representativiteit van dit onderzoek kunnen beïnvloeden. Daarnaast is het mogelijk dat zwakke effecten niet gevonden zijn door het relatief lage aantal proefpersonen dat geen donor is. Een mogelijke oplossing hiervoor is een vervolgonderzoek met alleen proefpersonen die geen donor zijn.

Een ander vervolgonderzoek dat interessant kan zijn, is onderzoek naar het effect van persoonlijke kenmerken van de ontvanger op de invloed van de explicietheid van de boodschap in een narratief op de weerstand en overtuigingskracht van de boodschap. Een introvert persoon zou meer weerstand tegen een expliciet narratief kunnen hebben dan een extravert persoon. Een introvert persoon is namelijk van nature minder direct en zou daardoor meer weerstand kunnen krijgen bij een boodschap die nadrukkelijk in een tekst vermeld staat dan een extravert persoon. Persoonlijke kenmerken van de ontvanger worden nog niet vaak meegenomen in onderzoek naar narratieven en deze kenmerken meenemen zou mogelijk interessante resultaten kunnen opleveren.

Bovendien is het relevant voor vervolgonderzoek om te achterhalen of de inhoud van een narratief van invloed is op de mate waarin iemand zich identificeert met het hoofdpersonage. De verwachting, naar aanleiding van dit experiment, is dat identificatie minder effectief is bij een thema waarbij de hoofdpersonage in een negatieve situatie zit omdat mensen zich niet met zo'n personage willen identificeren. Daarnaast kan nog onderzocht worden of identificatie met een hoofdpersonage dat juist een orgaan doneert in plaats van ontvangt, zoals in dit experiment, negatief samenhangt met weerstand en van invloed is op de overtuigingskracht. Voor vervolgonderzoek kan het interessant zijn om te onderzoeken of de invloed van weerstand op overtuigingskracht afhankelijk is van het gezondheidsthema.

Ethische overweging

Voorafgaand aan het experiment is sprake geweest van een ethische overweging. Voor deelname is aan de proefpersonen namelijk niet het onderzoeksdoel verteld. Dit is gedaan om ervoor te zorgen dat dit onderzoek representatief is. Wanneer het doel al bekend was, zou mogelijk al weerstand zijn ontstaan voor deelname aan het onderzoek en weerstand is een belangrijke variabele in dit onderzoek. Er wordt vanuit gegaan dat dit een ethisch juiste keuze was, omdat de boodschap niet nadelig was voor de proefpersonen, maar juist in het belang was van de gezondheid van de Nederlandse samenleving.

Bijdrage van dit onderzoek

Uit dit onderzoek kwam een aantal interessante bevindingen naar voren. Zo is dit, voor zover bekend, het eerste onderzoek dat zowel weerstand als de processen transportatie en identificatie meet op overtuigingskracht. Bovendien zijn in dit onderzoek significante effecten gevonden van de onafhankelijke variabelen (aanwezigheid van een narratief en aanwezigheid van de boodschap) op de afhankelijke variabelen (weerstand, transportatie, identificatie en overtuigingskracht).

De theoretische bijdrage van dit onderzoek is dat er meer inzicht is verkregen in het narratieve kenmerk (de explicietheid van de boodschap) en de beïnvloedingsprocessen (weerstand, transportatie en identificatie) die een rol spelen bij narratieven. Uit dit onderzoek is verder gebleken dat het van belang is om bij het analyseren van de effecten rekening te houden met de doelgroep van een tekst. In dit onderzoek bleek dat de huidige donorstatus een belangrijke factor is in het voorspellen van de reacties van mensen op de tekst. Tegelijkertijd is met dit onderzoek een bijdrage geleverd aan de discussie tussen onderzoekers over zowel de negatieve als positieve effecten van een expliciet en impliciet narratief voor de weerstand en de overtuigingskracht van het narratief.

Naast een theoretische bijdrage levert dit onderzoek ook een praktische bijdrage. Huidige campagnes voor het werven van orgaandonoren hebben niet het beoogde effect en driekwart van de jongvolwassenen heeft, ondanks een persoonlijke brief van de minister, nog geen keuze geregistreerd (Hartstichting, juli 2015). Naar aanleiding van dit onderzoek zijn nieuwe inzichten verkregen. Deze inzichten kunnen gebruikt worden om te achterhalen op welke manier de Transplantatiestichting en het ministerie hun communicatie het meest effectief kunnen inzetten bij jongvolwassenen, zodat het aantal donorregistraties stijgt. Op 14 april 2016 valt bij 181.629 jongeren een brief van minister Schippers op de mat (Transplantatiestichting, april 2015), deze brief is het startsein voor de 18-jarigencampagne. Ik raad minister Schippers aan om gebruik te maken van een impliciet narratief voor een zo hoog mogelijke intentie onder niet-donoren van 18 jaar om zich te laten registreren als orgaandonor.

5. Literatuur

- Ajzen, I. (2006). *Constructing a TpB questionnaire: Conceptual and methodological considerations*. Geraadpleegd van <http://www.uni-bielefeld.de/ikg/zick/ajzen%20construction%20a%20tpb%20questionnaire.pdf>
- ANP. (2015, 12 maart). Kamer: nog steeds te weinig orgaandonoren. NOS. Geraadpleegd van <http://nos.nl/artikel/2024295-kamer-nog-steeds-te-weinig-orgaandonoren.html>
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Brehm, S. S. & Brehm, J. W. (1981). *Psychological reactance: A theory of freedom and control*. San Diego, CA: Academic Press.
- Busselle, R., & Bilandzic, H. (2009). *Measuring narrative engagement*. *Media Psychology*, 12(4), 321-347.
- Cohen, J. (2001). Defining identification: A theoretical look at the identification of audiences with media characters. *Mass Communication & Society*, 4, 245–264.
- De Graaf, (2014). The effectiveness of adaption of the protagonist in narrative impact: similarity influences health beliefs through self-referencing. *Human Communication Research*, 40(1), 73-90.
- De Graaf, A., Hoeken, H., Sanders, J., & Beentjes, J. W. (2012). Identification as a mechanism of narrative persuasion. *Communication Research*, 39(6), 802-823.
- De Wit, J.B., Das, E., & Vet, R. (2008). What works best: objective statistics or a personal testimonial? An assessment of the persuasive effects of different types of message evidence on risk perception. *Health Psychology*, 27(1), 110-115.
- Dillard, J. P., & Shen, L. (2005). On the nature of reactance and its role in persuasive health communication. *Communication Monographs*, 72, 144–168.
- Goede Tijden Slechte Tijden. (2015, 25 november). Aflevering 5305, *Goede Tijden Slechte Tijden*. Geraadpleegd van <http://www.gtst.nl/terugblik>.
- Green, M. C., & Brock, T. C. (2000). The role of transportation in the persuasiveness of public narratives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 701-721.
- Hartstichting. (2015, 17 juli). Daling hart- en longtransplantaties eerste helft 2015. *Hartstichting*. Geraadpleegd van <https://www.hartstichting.nl/persberichten/daling-hart-en-longtransplantaties-eerste-helft-2015#>
- Knowles, E. S., & Linn, J. A. (2004). The importance of resistance to persuasion. In E. S. Knowles & J. A. Linn (Eds.), *Resistance and persuasion* (pp. 3–11). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

- Kreuter, M., Green, M., Cappella, J., Slater, M., Wise, M., Storey, D., & Woolley, S. (2007). Narrative communication in cancer prevention and control: a framework to guide research and application. *Annals of Behavioral Medicine*, 33(3), 221-235.
- McQueen, A., Kreuter, M. W., Kalesan, B., & Alcaraz, K. I. (2001). Understanding narrative effects: The impact of breast cancer survivor stories on message processing, attitudes and beliefs among African American women. *Health Psychology*, 30(6), 674-682.
- Morgan, S.E., King, A.J., Smith, J.R. & Ivic, R. (2010). A kernel of truth? The impact of television storylines exploiting myths about organ donation on the public's willingness to donate. *Journal of Communication*, 60, 778-796.
- Morgan, S. E., Movius, L., & Cody, M. (2009). The power of narratives: The effect of organ donation entertainment television storylines on the attitudes, knowledge, and behaviors of donors and non-donors. *Journal of Communication*, 59, 135-151.
- Moyer-Gusé, E. (2008). Toward a theory of entertainment persuasion: Explaining the persuasive effects of entertainment-education messages. *Communication Theory*, 18, 407-425.
- Moyer-Gusé, E., Chung, A. H., & Jain, P. (2011). Identification with characters and discussion of taboo topics after exposure to an entertainment narrative about sexual health. *Journal of Communication*, 61(3), 387-406.
- Moyer-Gusé, E., Jain, P., & Chung, A. H. (2012). Reinforcement or Reactance? Examining the effect of an explicit persuasive appeal following an entertainment-education narrative. *Journal of Communication*, 62(6), 1010-1027.
- Moyer-Gusé, E., & Nabi, R. L. (2010). Explaining the persuasive effects of entertainment-education: An empirical comparison of three theories. *Human Communication Research*, 36, 25-51.
- Murphy, S. T., Frank, L. B., Moran, M. B., & Patnoe-Woodley, P. (2011). Involved, transported, or emotional? Exploring the determinants of change in knowledge, attitudes, and behavior in entertainment-education. *Journal of Communication*, 61(3), 407-431.
- Petty, R.E., & Cacioppo, J.T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in Experimental Psychology*, 19, 123-205.
- Schippers, E.I. (2015, 10 juni). Beantwoording Kamervragen over effectiviteit donorcampagnes. *Rijksoverheid*. Geraadpleegd van <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2015/06/10/beantwoording-kamervragen-over-effectiviteit-donorcampagnes>
- Singhal, A., & Rogers, E. M. (1999). *Entertainment-education: A communication strategy for social change*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Singhal, A., & Rogers, E. M. (2001). The entertainment education strategy in communication campaigns. In R. E. Rice, & C. K. Atkin (Eds.), *Public communication campaigns* (3e editie, pp. 343-356). Thousand Oaks, CA: Sage.

Slater, M. D., & Rouner, D. (2002). Entertainment-education and elaboration likelihood: Understanding the processing of narrative persuasion. *Communication Theory*, 12, 173–191.

Transplantatiestichting. (2015, 9 april). Kernegezond zijn niet zo normaal.

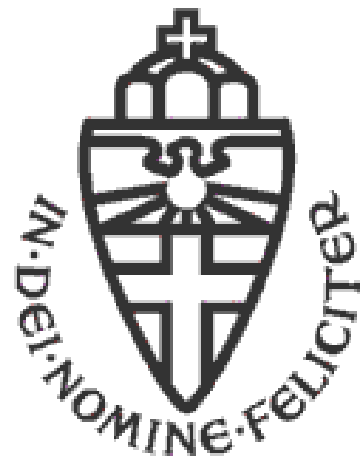
Transplantatiestichting. Geraadpleegd van <http://www.transplantatiestichting.nl/interviews/kerngezond-zijn-niet-zo-normaal>

Transplantatiestichting. (2015, 13 april). Daling hart- en longtransplantaties eerste helft 2015.

Transplantatiestichting. Geraadpleegd van <https://www.hartstichting.nl/persberichten/daling-hart-en-longtransplantaties-eerste-helft-2015#>

6. Bijlagen

6.1 Instructietekst in het experiment



Beste deelnemer,

Voor de Radboud Universiteit Nijmegen ben ik bezig met een onderzoek naar orgaandonatie. U krijgt dadelijk een tekst te lezen waarna u enkele vragen gaat beantwoorden. Er wordt gevraagd naar uw mening. Dit betekent dat er geen goede of foute antwoorden zijn. Het is belangrijk dat u elke vraag beantwoordt.

Het invullen van de vragenlijst duurt maximaal 10 minuten.

Uw antwoorden worden volledig anoniem verwerkt en deelname aan dit onderzoek is vrijwillig.

Alvast bedankt voor uw deelname aan mijn masteronderzoek!

Hartelijke groet,

Marlon Stapels

Masterstudent Communicatie- en informatiewetenschappen

6.2 Narratieve tekst in het experiment

‘Kerngezond zijn is niet zo normaal’

Net als vorig jaar zit Marieke de Boer uit Maarssen (18) dit jaar opnieuw in 5 havo. Vorig jaar werd de loop naar haar eindexamen abrupt afgebroken toen bleek dat haar hart minder goed functioneerde. Voor ze het wist had ze een donorhart nodig. Toen besepte ze ineens hoe belangrijk het is dat er orgaandonoren zijn. Marieke gaat nu weer naar school en naar feestjes en festivals en doet gezellige dingen met haar vriendinnen, maar ruim een jaar geleden was dat ondenkbaar: toen balanceerde ze op het randje van de dood. ‘Ik was niet lekker en ik had totaal geen energie. Mijn moeder ging met me naar de huisarts, en eigenlijk vond ik dat onzin. Als je 17 bent, denk je niet: er is iets met mijn hart. De dokter liet me opnemen, en de arts in het ziekenhuis wilde me naar huis sturen met de boodschap dat ik een griep en overbezorgde ouders had. Maar in het ziekenhuis werd het erger. Mijn vingers werden zwart en ik bleef maar overgeven. Ik raakte buiten bewustzijn. Er ontstond paniek, want mijn hart werkte niet meer goed.’

‘Een transplantatie leek me overdreven’

Nog steeds drong niet tot Marieke door hoe ernstig het was. ‘Ze zeiden dat ik een harttransplantatie moest krijgen. Daar had ik nog nooit van gehoord, en het leek me allemaal erg overdreven. Maar ik kwam met urgentie op de wachtlijst voor een nieuw hart.’

Die periode was heftig voor haar. ‘Ik was helemaal in de war, ging rare dingen doen en wartaal uitslaan. Heel bizar. En van de laatste dagen voor de transplantatie weet ik niks meer.’

‘Ik heb enorm geluk gehad’

Een paar dagen was ze in levensgevaar. Na een angstige tijd voor haar familie kwam er een donorhart. Net op tijd. Pas later begon ze te beseffen dat ze aan de dood was ontsnapt. ‘Ik baalde natuurlijk dat mijn hele klas geslaagd was voor het examen en dat iedereen lekker op vakantie ging. Maar het drong ook tot me door dat het heel anders had kunnen aflopen. Het was alles of niets geweest, ik had enorm geluk gehad.’

‘Je gaat ervan uit dat je lichaam gewoon werkt’

Deze heftige gebeurtenissen hebben natuurlijk enorme impact op het leven van Marieke. ‘Als je jong bent, ben je niet met zulke dingen bezig. Je gaat ervan uit dat je lichaam gewoon werkt. Dan is het heel erg schrikken als het ineens anders loopt.’

Het donorhart heeft niet alleen haarzelf aan het denken gezet, maar ook haar omgeving. ‘Ook mijn vriendinnen zijn ontzettend geschrokken. Op de avond van mijn transplantatie hebben ze wensballonnen opgelaten. Zij gaan zich ook als donor registreren. Als het zo dichtbij komt, beseft je dat het heel belangrijk is om hierover na te denken en een weloverwogen keuze te maken..’

‘Ik hoop dat andere jongeren zich ook registreren’

‘Jongeren beseffen te weinig dat wat ik heb meegemaakt op elke leeftijd kan voorkomen, niet alleen bij ouderen. Ik begrijp wel dat ze er niet zo bijilstaan. Als het dichtbij komt, is dat anders. Marieke is heel blij dat er iemand is geweest die ‘ja’ heeft gezegd tegen orgaandonatie en haar een hart en dus een leven heeft kunnen geven. ‘Nu realiseer ik me hoe belangrijk dat is. Anders was ik er niet meer geweest.’

Nu leef ik, dankzij het hart van een ander. En als je nu denkt: "Tja dat overkomt mij allemaal niet". Dat dacht ik dus ook!

Donor worden. Waar wacht je nog op? Word ook donor! Registreer je nu op wordookdonor.nl

De laatste alinea in bovenstaande narratief is de expliciete boodschap die aan de impliciete narratief is toegevoegd. De impliciete narratief samen met de expliciete boodschap vormt de expliciete narratief.

Proefpersonen die alleen de expliciete boodschap kregen, lezen:

Marieke (19 jaar) ontving een donorhart:

'Nu leef ik, dankzij het hart van een ander.

En als je nu denkt: "Tja dat overkomt mij allemaal niet". Dat dacht ik dus ook!

Donor worden. Waar wacht je nog op?

Word ook donor! Registreer je nu op wordookdonor.nl'

6.3 Vragenlijst in het experiment

*Overtuigingskracht: (Gebaseerd op Ajzen, 2006)

Attitude

1. Ik vind donorregistratie:

Onverstandig 1 2 3 4 5 6 7 Verstandig

2. Ik vind donorregistratie:

Slecht 1 2 3 4 5 6 7 Goed

3. Ik vind donorregistratie:

Negatief 1 2 3 4 5 6 7 Positief

Intentie

4. Ik ben van plan om me te registreren als donor.

Helemaal niet 1 2 3 4 5 6 7 Heel erg

8 Niet van toepassing want ik ben al donor

5. Ik ga me registreren als orgaandonor.

Helemaal niet 1 2 3 4 5 6 7 Heel erg

8 Niet van toepassing want ik ben al donor

6. Het is erg waarschijnlijk dat ik mij ga registreren als orgaandonor.

Helemaal niet 1 2 3 4 5 6 7 Heel erg

8 Niet van toepassing want ik ben al donor

Beliefs

7. Dankzij registratie als orgaandonor kan ik anderen helpen.

Mee oneens 1 2 3 4 5 6 7 Mee eens

8. Door registratie als orgaandonor kan de wachtlijst voor orgaandonatie korter worden.

Mee oneens 1 2 3 4 5 6 7 Mee eens

9. Ik vind dat iedereen zich moet registreren als orgaandonor.

Mee oneens 1 2 3 4 5 6 7 Mee eens

10. Ik denk dat dankzij donorregistratie iemands toekomst gered kan worden.

Mee oneens 1 2 3 4 5 6 7 Mee eens

11. Ik denk dat de kans groot is dat ik ook orgaandonatie nodig heb in de toekomst.

Mee oneens 1 2 3 4 5 6 7 Mee eens

*Weerstand: (Gebaseerd op Dillard en Shen, 2005)

Affectieve component

12. Tijdens het lezen van dit verhaal voelde ik mij:

Helemaal niet blij 1 2 3 4 5 6 7 Helemaal blij

13. Tijdens het lezen van dit verhaal voelde ik mij:

Helemaal niet vrolijk 1 2 3 4 5 6 7 Helemaal vrolijk

14. Tijdens het lezen van dit verhaal voelde ik mij:

niet boos 1 2 3 4 5 6 7 Helemaal boos

15. Tijdens het lezen van dit verhaal voelde ik mij:

Helemaal niet geïrriteerd 1 2 3 4 5 6 7 Heel erg geïrriteerd

16. Tijdens het lezen ergerde ik mij aan het verhaal.

Helemaal niet 1 2 3 4 5 6 7 Heel erg

Cognitieve component

17. Ik vind dit verhaal niet betrouwbaar.

Helemaal niet 1 2 3 4 5 6 7 Heel erg

18. Het verhaal probeerde mij een mening over orgaandonatie op te dringen.

Helemaal niet 1 2 3 4 5 6 7 Heel erg

19. Dit verhaal legt teveel druk op mij over orgaandonatie.

Helemaal niet 1 2 3 4 5 6 7 Heel erg

Tegenargumenten (Gebaseerd op de schaal van Moyer-Gusé et al. (2011))

20. Tijdens het lezen van dit verhaal kwamen tegenargumenten in mij op.

Helemaal niet 1 2 3 4 5 6 7 Heel erg

21. Tijdens het lezen ging ik op zoek naar onjuiste informatie in het verhaal.

Helemaal niet 1 2 3 4 5 6 7 Heel erg

22. Tijdens het lezen van dit verhaal ging ik op zoek naar de nadelen van orgaandonatie.

Helemaal niet 1 2 3 4 5 6 7 Heel erg

*Transportatie: (Gebaseerd op De Graaf, 2014)

Aandacht

23. Tijdens het lezen werd mijn aandacht helemaal in beslag genomen door het verhaal.

Helemaal niet 1 2 3 4 5 6 7 Heel erg

24. Toen ik het verhaal las, was ik met mijn gedachten alleen bij het verhaal.

Helemaal niet 1 2 3 4 5 6 7 Heel erg

25. Tijdens het lezen was ik volledig geconcentreerd op het verhaal.

Heel erg 1 2 3 4 5 6 7 Helemaal niet

Emotie

26. Ik vond het verhaal van Marieke aangrijpend.

Heel erg 1 2 3 4 5 6 7 Helemaal niet

27. Het verhaal van Marieke maakte emoties bij me los.

Heel erg 1 2 3 4 5 6 7 Helemaal niet

28. Het verhaal van Marieke raakte me.

Helemaal niet 1 2 3 4 5 6 7 Heel erg

Aanwezig zijn in narratieve wereld

29. Tijdens het lezen had ik het gevoel alsof ik bij de gebeurtenissen in het verhaal aanwezig was.

Helemaal niet 1 2 3 4 5 6 7 Heel erg

30. Terwijl ik het verhaal las, was ik in mijn verbeelding in de wereld van het verhaal.

Heel erg 1 2 3 4 5 6 7 Helemaal niet

31. Toen ik het verhaal las, leek het alsof ik er in gedachten bij was.

Helemaal niet 1 2 3 4 5 6 7 Heel erg

*Identificatie: (Gebaseerd op De Graaf, 2014)

Empathie

32. Tijdens het lezen voelde ik me net zo als Marieke zich voelde.

Helemaal niet 1 2 3 4 5 6 7 Heel erg

33. Ik voelde mee met Marieke.

Heel erg 1 2 3 4 5 6 7 Helemaal niet

34. Tijdens het lezen leefde ik met Marieke mee.

Heel erg 1 2 3 4 5 6 7 Helemaal niet

Overnemen van perspectief

35. Tijdens het lezen stelde ik me voor hoe het zou zijn om in de positie van Marieke te zijn.

Helemaal niet 1 2 3 4 5 6 7 Heel erg

36. Tijdens het lezen heb ik me ingeleefd in Marieke.

Heel erg 1 2 3 4 5 6 7 Helemaal niet

37. Terwijl ik aan het lezen was, beeldde ik me in hoe het voor Marieke moest zijn om dit mee te maken.

Helemaal niet 1 2 3 4 5 6 7 Heel erg

Overnemen van identiteit

38. In mijn verbeelding was het alsof ik Marieke was.

Heel erg 1 2 3 4 5 6 7 Helemaal niet

39. Tijdens het lezen leek het alsof ik de gebeurtenissen die Marieke overkwamen zelf beleefde.

Helemaal niet 1 2 3 4 5 6 7 Heel erg

40. Ik had het gevoel dat ik zelf meemaakte wat Marieke meemaakte.

Heel erg 1 2 3 4 5 6 7 Helemaal niet

*Manipulatiecheck:

41. De tekst probeerde me te beïnvloeden om op een bepaalde manier te denken over orgaandonatie.

Heel erg 1 2 3 4 5 6 7 Helemaal niet

42. De tekst beperkt mij in mijn vrije keuze om mij te registreren als orgaandonor.

Heel erg 1 2 3 4 5 6 7 Helemaal niet

43. De boodschap werd letterlijk genoemd in het verhaal.

Heel erg 1 2 3 4 5 6 7 Helemaal niet

* Algemene gegevens:

44. Als je 18 wordt krijg je een brief van de minister over orgaandonatie. Kan jij je die brief van de minister nog herinneren?

Helemaal niet 1 2 3 4 5 6 7 Heel erg goed

45. Zo ja, wat vond jij van de brief van de minister over orgaandonatie die jij thuis ontvangen hebt?

Goed 1 2 3 4 5 6 7 Helemaal niet goed

46. In hoeverre verwacht jij dat jijzelf een orgaandonor nodig hebt later? Controlevraag

Helemaal niet 1 2 3 4 5 6 7 Heel erg

47. Wat is jouw geslacht?

1 = Man 2 = Vrouw

48. Wat is jouw leeftijd?

1 = 18 jaar

2 = 19 jaar

3 = 20 jaar

49. Met welke opleiding ben jij op dit moment bezig?

1 = VWO

4 = MBO opleiding

2 = Universitaire opleiding

5 = Ik werk

3 = HBO opleiding

6 = Anders, namelijk...

50. Welke zin was van toepassing op jou, vóór dat je meedeed aan dit onderzoek?

1= Ik heb nog nooit nagedacht over registratie als orgaandonor.

2= Ik wilde geen orgaandonor worden.

3= Ik wilde mij wel registreren als orgaandonor, maar ik heb dat (nog) niet gedaan.

51. Heb jij je al geregistreerd als orgaandonor?

1= Ja

2= Nee

52. Heb je de vragenlijst serieus ingevuld?

1= Ja, ik heb de vragenlijst serieus ingevuld.

2= Nee, ik heb de vragenlijst niet serieus ingevuld.

-Einde-

Zou je hier mail-adressen willen invullen van andere studenten of scholieren (tussen de 18 en 20 jaar) die we ook kunnen vragen mee te doen? Daar zou je ons erg mee helpen!

Je kunt het natuurlijk ook zelf naar ze doormailen, hier is de link:

http://fmru.az1.qualtrics.com/SE/?SID=SV_3CoUfaEA3cBNfBr

Klik rechtsonder op 'Afsluiten' om je vragenlijst op te slaan. Bedankt!