

**Emotioneel nieuws over gezondheid: Het verschil tussen rationele en emotionele
boodschapsframing in communicatie bij donorwerving**

Geschreven door:

Eva Damen, s4214102

e.damen@student.ru.nl

06 31 51 62 26

Student Communicatie en Beïnvloeding

Radboud Universiteit Nijmegen

Begeleiding:

Dhr. F. Folkvord

Mevr. B. Hilberink – Schulpen

Inleverdatum: 15 juni 2016

Samenvatting

In dit onderzoek werd gekeken naar de invloed van framing in nieuwsberichten over orgaandonatie. Onderzocht werd of het frame (Emotioneel/ Rationeel) van invloed is op de Attitude ten opzichte van orgaandonatie en Intentie om orgaandonor te worden. Daarnaast werd bekeken of deze relatie gemodereerd wordt door geslacht. In totaal deden 132 respondenten mee aan het onderzoek, verdeeld over drie versies van de vragenlijst. De respondenten in de twee experimentele groepen zagen een Emotioneel of Rationeel geframed nieuwsbericht. De resultaten van deze groepen werden vergeleken met een baseline-meting in de controlegroep die geen nieuwsbericht te zien kreeg. De data lieten geen significant effect zien voor gebruik van een Emotioneel of Rationeel frame. Ook wezen de resultaten niet uit dat geslacht een modererend effect zou hebben op deze relatie. Dit werd mogelijk veroorzaakt doordat het Emotionele nieuwsbericht niet als meer emotioneel werd beoordeeld dan het Rationele bericht, maar het kan ook impliceren dat een Emotioneel of Rationeel nieuwsframe niet van invloed is op de Attitude ten opzichte van orgaandonatie of de Intentie om orgaandonor te worden. Omdat dit, voor zover bekend, het eerste onderzoek is naar het verschil in emotionele en rationele framing in nieuwsberichten over orgaandonatie is vervolgonderzoek van belang.

Cijfers uit mei 2016 lieten zien dat slechts iets meer dan één op de drie Nederlanders vanaf twaalf jaar zijn of haar keuze omtrent orgaandonorschap heeft vastgelegd (Ministerie van Volksgezondheid, z.d.a.). Van het grootste deel van de inwoners van Nederland is dus bij de overheid en gezondheidszorg niet bekend of zij hun organen wel of niet willen doneren. Uit onderzoek blijkt dat er naast rationele (cognitieve) factoren ook niet-rationele factoren een rol spelen in dit proces (Morgan, Stephenson, Harrison, Afifi & Long, 2008; Feeley & Servoss, 2005). Deze niet-rationele factoren, zoals de wens om lichamelijke integriteit te behouden, het idee dat het doneren van organen niet hygiënisch is of de angst om erdoor vervloekt te raken, blijken zelfs van grotere invloed te zijn op de beslissing om wel of niet orgaandonor te worden dan de cognitieve, rationele factoren (Morgan et al., 2008). Mogelijk kunnen dit soort irrationele of onjuiste angsten worden weggenomen door betere informatievoorziening rondom orgaandonatie. Dit dient verder onderzocht te worden. Om mensen bewust te maken van de positieve kanten van orgaandonatie en om onwaarheden de wereld uit te helpen, zouden bijvoorbeeld de media een belangrijke rol kunnen spelen in het voorzien van informatie.

Bij nieuwsberichten is het van belang hoe ze gepresenteerd worden. De invloed van de manier van presenteren van nieuwsberichten en effecten hiervan op lezers is dan ook al vaak onderzocht (bijvoorbeeld Coleman, Thorson & Wilkins, 2011; Kim & Cameron, 2011). In nieuwsberichten wordt bijvoorbeeld vaak de nadruk gelegd op bepaalde aspecten van het bericht, waardoor deze specifieke aspecten belangrijker lijken. Dit benadrukken van bepaalde aspecten wordt framing genoemd (Entman, 1993). Vanuit het perspectief van de *agenda-setting* theorie (McCombs & Shaw, 1972) zouden de geframede aspecten samenhangen met hoe mensen die deze geframede berichten lezen zich gedragen. Verschillende wetenschappers hebben al onderzoek gedaan naar framing, waarbij het concept wordt toegepast op uiteenlopende zaken, zoals oorzaken van rellen (Gross, 2004), het slachtoffer worden van een misdrijf (Krumpal, Rauhut, Böhr & Naumann, 2011) en tijdschriftartikelen over borstkanker en borstimplantaten (Andsager & Powers, 2001).

Een meer specifiek element van framing is emotionele framing. Nabi (2003, p.277, eigen vertaling) definieert dit als "...[een] herhaalde koppeling van bepaalde emoties met bepaalde ideeën of gebeurtenissen vormt de manier waarop iemand deze [ideeën/gebeurtenissen] interpreteert en erop reageert wat op zijn beurt het wereldbeeld van de persoon beïnvloedt". Voorbeelden van emotionele frames die al onderzocht zijn, zijn bijvoorbeeld angst en woede (Nabi, 2003) en verdriet en woede (Kim & Cameron, 2011).

In haar onderzoek naar emotionele framing keek Nabi (2003) naar angst en woede als emotionele frames in berichten over rijden onder invloed en wapengeweld. De twee verschillende frames leidden ertoe dat proefpersonen andere soorten oorzaken gaven van, en oplossingen voor, het rijden onder invloed en wapengeweld. Zo gaven de proefpersonen die geframed werden met een woedeframe individuele of schuld-gerelateerde oorzaken van rijden onder invloed en wapengeweld, waar de met angst geframede groep meer gericht bleek op maatschappelijke oorzaken van rijden onder invloed en wapengeweld. De met woede geframede groep kwam daarnaast met meer oplossingen die gericht waren op vergelding, terwijl de proefpersonen die een angstframe zagen meer oplossingen gaven die gerelateerd waren aan bescherming.

Ook Kim en Cameron (2011) vonden verschillen tussen twee emotionele nieuwsframes: bij verdriet-opwekkende berichten lazen de proefpersonen de tekst aandachtiger en verwerkten ze de tekst in een hogere mate dan de proefpersonen die teksten lazen met een woede-opwekkend frame. Ook de attitudes ten opzichte van het bedrijf in de berichten werden beïnvloed door de frames: in de woede-opwekkende conditie hadden proefpersonen negatievere attitudes ten opzichte van het bedrijf dan de respondenten in de verdriet-opwekkende conditie (Kim & Cameron, 2011). Emotionele framing kan dus verschillen in reacties en attitudes opwekken en blijkt ook van invloed op de aandacht voor de tekst.

Er zijn al meerdere onderzoeken gedaan naar verschillen tussen twee emotionele frames (bijvoorbeeld Nabi, 2003; Kim & Cameron, 2011). Ook andere vormen van framing, zoals rationale en narratieve framing zijn al eerder onderzocht, los van elkaar of in vergelijking met elkaar. Zo zetten Polyorat, Alden en Kim (2007) bijvoorbeeld rationale en narratieve frames tegenover elkaar. Maar verschillen tussen een emotioneel en een rationeel frame zijn nog in mindere mate onderzocht. Een voorbeeld van dit soort onderzoek is dat van Flora en Maibach (1990). In dit onderzoek werd gekeken naar rationale en emotionele boodschappen over aids vanuit de overheid. Zij vonden dat de emotioneel geframede berichten beter onthouden werden dan de rationeel geframede berichten. Ook bleek een significant interactie-effect tussen betrokkenheid bij het onderwerp van de boodschap, aids, en het soort frame (emotioneel versus rationeel) te bestaan: wanneer proefpersonen een lage betrokkenheid hadden bij het onderwerp, herinnerden ze zich de emotioneel geframede berichten beter dan de rationeel geframede berichten. Tussen personen met een hoge betrokkenheid werden geen verschillen gevonden voor de frames. Daarnaast werd ook een

effect gevonden van het soort frame op het meer willen weten over het onderwerp van de berichten, in dit geval aids. De proefpersonen in de emotionele conditie wilden vaker meer weten over aids dan de proefpersonen in de rationele conditie (Flora & Maibach, 1990).

Emotionele berichten werden dus beter onthouden dan rationeel geframede berichten en leidden ertoe dat mensen meer over het onderwerp willen weten. Het emotioneel framen van een bericht is dus goed voor de herinnering en interesse in een onderwerp, maar overgaan tot actie is een volgende stap. Ook hierin blijken effecten voor emotionele framing te bestaan. Uit onderzoek van Batson, Sager, Garst, Kang, Rubchinsky en Dawson (1997) kwam naar voren dat mensen die geconfronteerd werden met emotioneel geframede boodschappen vaker bereid zijn geld of tijd te investeren in een goed doel dan mensen die niet met de emotionele boodschappen geframed zijn.

Berichten op een emotionele manier framen zou dus voor goede doelen een manier zijn om mensen over te halen om, in middelen, tijd of geld, te investeren in het goede doel. Een voorbeeld van goede dingen doen voor anderen wat een investering vanuit mensen vraagt, is het doneren van organen of weefsels. Op basis van bovenstaande onderzoeken zou het mogelijk kunnen zijn dat emotionele framing een verschil kan maken in uitkomsten van communicatie over orgaandonatie. Morgan et al. (2008) vonden in hun onderzoek dat de beslissing om orgaandonor te worden minder rationeel is dan veel mensen vaak denken. Er kwam naar voren dat mensen vaak uitgaan van niet-rationele ideeën over orgaandonatie bij de beslissing om orgaandonor te worden, zoals bijgeloof en het idee dat het onhygiënisch is om organen van een persoon in andermans lichaam te plaatsen (Morgan et al., 2008). Omdat de beslissing om orgaandonor te worden minder rationeel wordt gemaakt dan misschien verwacht zou worden (Morgan et al., 2008), is het mogelijk dat rationele boodschappen omtrent orgaandonatie ook niet het optimale effect bereiken.

In een onderzoek van Studts, Ruberg, McGuffin en Roetzer (2010) werd gekeken naar verschillen in effecten van emotionele en rationele frames in een campagne gericht op het verkrijgen van meer mergdonoren. Uit het experiment bleek dat 85% van de respondenten in de emotioneel geframede groep zich liet registreren als donor, tegenover 49% van de proefpersonen in de rationele conditie. De auteurs concludeerden daarom dat een emotionele boodschap beter werkt bij het werven van donoren dan een rationele boodschap (Studts et al., 2010).

Uit verschillende onderzoeken (onder andere Flora & Maibach, 1990; Batson et al., 1997; Studts et al., 2010) bleek dat rationele framing van berichten dus minder goed werkte dan emotionele berichtgeving. Ook bleek dat de beslissing om wel of geen orgaandonor te zijn vaak minder rationeel werd gemaakt dan verwacht (Morgan et al., 2008). Uit deze resultaten zou kunnen worden geconcludeerd dat campagnes die gericht zijn op registratie van de keuze omtrent orgaandonatie geen rationele, maar emotionele boodschappen zouden moeten zijn. Rationele en emotionele berichten worden op verschillende manieren verwerkt, zoals werd uitgewerkt in het Elaboration Likelihood Model (ELM) (Petty & Cacioppo, 1986). Het ELM (Petty & Cacioppo, 1986) werd gebaseerd op twee routes naar overtuiging, een centrale en een perifere route. Wanneer mensen gemotiveerd en in staat zijn om een boodschap te verwerken, volgen zij de centrale route. Hierbij wordt veel aandacht besteed aan de inhoud van de boodschap en worden voor- en tegenargumenten afgewogen. Vaak zijn mensen echter niet gemotiveerd, in staat, of beiden om een boodschap centraal te verwerken. Beslissingen worden dan genomen op basis van vuistregels, ook wel heuristische genoemd, in plaats van de boodschap goed te overdenken. Er wordt dan minder gekeken naar de inhoud van argumenten, maar meer naar vuistregels. Een voorbeeld hiervan is wanneer wordt vermeld dat een boek al “meer dan 100.000 keer verkocht” is. Omdat blijkbaar al heel veel anderen het boek de moeite waard vonden om te kopen, zal het ook wel goed zijn. Emoties spelen hier ook een belangrijke rol in. Wanneer dit gebeurt wordt een boodschap verwerkt via de perifere route (Petty & Cacioppo, 1986). Campagnes met daarin rationele boodschappen over orgaandonatie zijn dus gericht op een centrale verwerking van de boodschap, waar op basis van argumenten wordt geprobeerd mensen te overtuigen. Op basis van voorgaand onderzoek (onder andere Flora & Maibach, 1990; Batson et al., 1997; Studts et al., 2010) waaruit bleek dat emotionele framing van berichten beter werkt dan rationele framing, zouden berichten over orgaandonatie in plaats van op de centrale verwerking, gericht kunnen worden op een meer perifere verwerking, bijvoorbeeld gebaseerd op emoties.

Bovenstaande leidt tot de vraag in hoeverre het gebruik van een emotioneel of een rationeel frame in nieuwsberichten over orgaandonatie effect heeft op de attitudes ten opzichte van orgaandonatie, en de intentie om orgaandonor te worden:

VI. In hoeverre heeft het framen van een nieuwsbericht over orgaandonatie effect op de attitude ten opzichte van orgaandonatie en de intentie om orgaandonor te worden?

Emotioneel geframede berichten bieden verschillende voordelen ten opzichte van rationeel geframede berichten. Zo werden emotioneel geframede berichten beter onthouden,

was er meer interesse voor de onderwerpen in een emotioneel geframed bericht (Flora & Maibach, 1990), waren mensen vaker bereid geld of tijd te investeren (Batson et al., 1997), en registreerden mensen zich eerder als mergdonor (Studts et al., 2010) na het lezen van een emotioneel geframed bericht dan wanneer zij rationeel geframede berichten lazen. Om deze redenen is het de verwachting dat een emotioneel geframed bericht een positief effect zal hebben op de attitude ten opzichte van orgaandonatie. Maar uit verschillende onderzoeken (Feeley & Servoss, 2005; Kopfman & Smith, 2009) bleek dat het hebben van een positieve attitude ten opzichte van orgaandonatie niet per se leidde tot registratie als donor. Uit onderzoek onder Amerikaanse studenten (Feeley & Servoss, 2005) bleek dat slechts 11% van de respondenten die in dit onderzoek een positieve attitude ten opzichte van orgaandonatie hadden, op dat moment ook daadwerkelijk geregistreerd waren als orgaandonor. Ook had een deel van de respondenten wel de intentie om in de toekomst orgaandonor te worden, maar waren ze op het moment nog niet geregistreerd als donor (Feeley & Servoss, 2005).

Daarom was het zaak om de intentie om orgaandonor te worden apart mee te nemen in het onderzoek. Hierbij was het van belang om een baseline-meting te verrichten, waarbij duidelijk werd hoe de attitude ten opzichte van orgaandonatie en de intentie om orgaandonor te worden op dit moment in Nederland zijn. Hiervoor wordt een baseline-meting afgenomen door middel van een controlegroep die geen gemanipuleerd nieuwsbericht te zien kreeg. In de experimentele condities werden de attitude ten opzichte van orgaandonatie en de intentie om orgaandonor te worden gemeten nadat respondenten een nieuwsbericht met emotioneel of rationeel frame erin te zien kregen. Zo kon vergeleken worden of de attitudes en intenties van mensen die een geframed (emotioneel dan wel rationeel) nieuwsbericht te zien gekregen hadden ook daadwerkelijk verschilden van mensen die deze nieuwsberichten (nog) niet gezien hadden. Op deze manier werd getoetst of mogelijke verschillen ook daadwerkelijk door het zien van een van de nieuwsberichten werden veroorzaakt.

De attitude ten opzichte van orgaandonatie en de intentie om orgaandonor te worden werden in het huidige onderzoek vergeleken met een baseline meting van de attitudes en intenties van mensen in een controlegroep. Omdat het rationeel geframede bericht alleen informatie weergeeft is de verwachting dat dit geen effect heeft op de attitude ten opzichte van orgaandonatie en de intentie om orgaandonor te worden. De intentie om orgaandonor te worden kan vanzelfsprekend alleen gemeten worden bij mensen die zelf nog niet geregistreerd staan als orgaandonor. De hypothesen hierbij luiden daarom:

H1. Het emotioneel geframede nieuwsbericht over orgaandonatie heeft een positief effect op de attitude ten opzichte van orgaandonatie en de intentie om orgaandonor te worden, in vergelijking tot de controlegroep.

H2. Het rationeel geframede bericht over orgaandonatie heeft geen effect op de attitude ten opzichte van orgaandonatie en de intentie om orgaandonor te worden, in vergelijking tot de controlegroep.

H3. Het emotioneel geframede nieuwsbericht over orgaandonatie heeft een positief effect op de attitude ten opzichte van orgaandonatie en de intentie om orgaandonor te worden, in vergelijking tot de rationeel geframede groep.

Naast het soort frame in nieuwsberichten is het mogelijk dat er andere factoren meespelen in donorregistratie. Een voorbeeld hiervan is geslacht. Uit het Donorregister (Ministerie van Volksgezondheid, z.d.b) blijkt dat veel meer vrouwen (3.223.006) dan mannen (2.679.935) hun keuze om wel of niet donor te zijn hebben geregistreerd. Uit eerder onderzoek kwam al veelvuldig naar voren dat vrouwen anders omgaan met emoties dan mannen. Zo uitten vrouwen gevoelens makkelijker dan mannen (Kring & Gordon, 1998), en rapporteerden ze vaker emoties als verdriet en angst (bijvoorbeeld Fischer, Rodriguez Mosquera, Vianen, & Manstead, 2004) dan mannen. Ook emotioneel geframede berichten blijken verschillende effecten te hebben op mannen en vrouwen. In reactie op blootstelling aan emotionele boodschappen wilden vrouwen bijvoorbeeld vaker helpen als ze werden blootgesteld aan verdrietige emoties (Wang, 2008) en reageerden ze met significant sterkere empathische gevoelens na het zien van emotionele advertenties (Moore, 2007) dan mannen.

Vrouwen reageren dus anders op emotionele boodschappen dan mannen (o.a. Wang, 2008; Moore, 2007). Dit kan een rol spelen in een onderzoek naar verschillen tussen emotionele en rationele frames zoals in dit onderzoek. Het is daarom ook zaak om te kijken of het geslacht van de respondenten verschil maakt in de attitude ten opzichte van orgaandonatie bij een emotioneel of rationeel frame, en de intentie om donor te worden na het zien van een emotioneel of rationeel geframed nieuwsbericht. Hieruit volgen de volgende interactiehypotheses:

H4. Emotioneel geframede nieuwsberichten over orgaandonatie zullen voor vrouwen een sterker positief effect op de attitude ten opzichte van orgaandonatie hebben dan voor mannen in vergelijking tot de controlegroep.

H5. Bij rationeel geframede berichten over orgaandonatie zal geen modererend effect optreden van geslacht op de attitude ten opzichte van orgaandonatie in vergelijking tot de controlegroep.

H6. Nieuwsberichten met een emotioneel frame zullen voor vrouwen een sterker positief effect hebben op de attitude ten opzichte van orgaandonatie. Dit moderende effect zal niet optreden bij het rationeel geframede nieuwsbericht.

Omdat de intentie om orgaandonor te worden niet direct volgt uit een positieve attitude ten opzichte van orgaandonatie (Feeley & Servoss, 2005; Kopfman & Smith, 2009) werden ook hiervoor hypothesen opgesteld. Op basis van het resultaat uit het onderzoek van Wang (2008) dat vrouwen vaker willen helpen na het zien van emotionele boodschappen volgt ook een interactie-hypothese over de intentie om orgaandonor te worden:

H7. Emotioneel geframede nieuwsberichten over orgaandonatie zullen voor vrouwen een sterker positief effect op de intentie om orgaandonor te worden dan voor mannen, in vergelijking tot de controlegroep.

H8. Voor de rationeel geframede berichten zal geen modererend effect optreden van geslacht op de intentie om orgaandonor te worden in vergelijking tot de controlegroep.

H9. Nieuwsberichten met een emotioneel frame zullen voor vrouwen een sterker positief effect hebben op de intentie om orgaandonor te worden. Dit moderende effect zal niet optreden bij het rationeel geframede nieuwsbericht.

Inzicht in framing en de uitkomsten ervan zijn van belang voor het ontwerpen van boodschappen. Met name in gevallen waarin mensen overtuigd moeten worden om iets in hun gedrag te veranderen ten behoeve van hun eigen of andermans gezondheid kunnen deze resultaten van belang zijn, omdat het vaak onderwerpen zijn die dichtbij mensen zelf liggen en een hoge weerstand oproepen. Wat betreft orgaandonatie zijn er verschillende campagnes geweest, maar toch blijkt dat per 31 mei 2016 pas 5.902.941 Nederlanders hun keuze over orgaandonatie hebben doorgegeven, en iets meer dan de helft (3.636.409 mensen) al dan niet met donatiebeperkingen, toestemming gaven voor donatie van (een deel van) hun organen. Dit tegenover 1.558.368 mensen die aangaven geen toestemming te geven (Ministerie van Volksgezondheid, z.d.a). Het grootste deel van de Nederlanders heeft zijn of haar keus om organen te doneren dus nog niet vastgelegd. Dit terwijl blijkt dat veel mensen die hun keuze

nog niet hebben vastgelegd, wel de intentie hebben om orgaandonor te worden (Feeley & Servoss, 2005). Wanneer blijkt dat er, bijvoorbeeld door het gebruik van de juiste frames zich meer mensen registreren als orgaandonor, zal de medische wereld en ook de maatschappij daar zijn voordeel mee kunnen doen.

Methode

Materiaal

De eerste onafhankelijke variabele in dit onderzoek was het frame dat aan het nieuwsbericht werd toegekend. Er waren twee versies van een nieuwsbericht over orgaandonatie opgesteld. Het eerste nieuwsbericht had een Emotioneel frame, en de andere versie een Rationeel, neutraler frame. In het emotionele bericht werd ingespeeld op emoties door het toevoegen van emotioneel geladen woorden. Deze woorden werden geselecteerd uit de woordenlijst in het onderzoek van Hermans en De Houwer (1994). In dit onderzoek werden 740 Nederlandse woorden gecodeerd op een schaal van 1 tot 7, van zeer negatief tot zeer positief. Uit het onderzoek van Hermans en De Houwer (1994) werden de volgende woorden gebruikt (met tussen haakjes de gemiddelde score en standaardafwijkingen): “Optimistisch” ($M = 6.36$, $SD = .93$) en “Geschenk” ($M = 6.19$, $SD = .83$) als positieve woorden, en “Zelfzuchtig” ($M = 1.74$, $SD = .86$) en “Egoïstisch” ($M = 1.79$, $SD = 1.29$) als negatieve woorden (Hermans & De Houwer, 1995).

Ook werden een aantal woorden vertaald uit onderzoek naar “Affective Norms for English Words” van Bradley en Lang (1999). In dit onderzoek werden woorden op een schaal van ongelukkig naar gelukkig gescoord met cijfers van 1 tot 9, waarbij 1 de ongelukkig gevonden woorden waren, en 9 de meest gelukkig gevonden woorden. De woorden uit dit onderzoek die werden gebruikt waren “Achievement”, vertaald als “Succes” ($M = 7.89$, $SD = 1.38$) en “Hope” vertaald als “Hopen” ($M = 7.05$, $SD = 1.96$) (Bradley & Lang, 1999). Daarnaast werden in de Emotionele tekst woorden toegevoegd die de nadruk legden op bijvoorbeeld kleine aantallen (“slechts”, “Een kleine groep”).

In het Rationele nieuwsbericht werd meer op een neutrale manier gecommuniceerd, op basis van statistieken en feiten over orgaandonatie, zoals in het onderzoek van Studts et al. (2010). Hierin wordt alleen feitelijk gesproken over bijvoorbeeld het aantal donoren. Deze feiten werden in de emotionele tekst ook genoemd, maar ingebed met emotioneel geladen woorden. In totaal bevatte de Rationele tekst 132 woorden, en de Emotionele tekst 157 woorden. De twee versies van de tekst zijn terug te vinden in bijlage A. De onderstreepte woorden in de Emotionele tekst zijn de woorden die gebruikt zijn om de tekst emotioneel te maken, ten opzichte van de Rationele tekst.

De tweede onafhankelijke variabele in dit onderzoek was het Geslacht van de proefpersonen. Verwacht werd dat de nominale variabele Geslacht een moderator zou zijn op de relatie tussen het soort nieuwsbericht (Emotioneel of Rationeel) en de attitude ten opzichte van orgaandonatie en de intentie om orgaandonor te worden, zoals weergegeven in Figuur 1.

Proefpersonen

In totaal deden 136 mensen mee aan dit onderzoek. Alleen die met de Nederlandse nationaliteit ($n = 132$) werden meegenomen, waarvan 60.6% vrouw was ($n = 80$, mannen: $n = 52$). De leeftijd liep van 16 tot 69 jaar oud ($M = 32.89$, $SD = 14.84$). Het grootste deel van de respondenten had een Hbo-opleiding (37.1%), op de voet gevolgd door een WO-opleiding (34.1%), en in mindere mate MBO (15.2%), middelbare school (10.6%) of anders (3%). Om de resultaten in perspectief te kunnen plaatsen werd ook gevraagd of de respondenten op het moment van invullen geregistreerd stonden als orgaandonor. Iets meer dan de helft van de respondenten ($n = 74$, 56.1%) gaf aan geregistreerd te staan als donor.

Aan de hand van een Chi kwadraattoets werd gekeken of de respondenten gelijk verdeeld waren over de drie versies op basis van geslacht, opleidingsniveau en het wel of niet zijn van orgaandonor. Alle variabelen bleken gelijk verdeeld over de versies: geslacht ($\chi^2(2) = 1.27$, $p = .530$), opleidingsniveau ($\chi^2(8) = 13.07$, $p = .109$) als het wel of niet geregistreerd zijn als orgaandonor ($\chi^2(2) = 1.19$, $p = .551$). Ook werd aan de hand van een Chi kwadraattoets bekeken of de groepen verschilden op basis van of respondenten iemand kenden die op de wachtlijst stond voor een donororgaan, of iemand kenden die een orgaan gedoneerd heeft. Zowel of men iemand kende op de wachtlijst ($\chi^2(2) = 3.09$, $p = .214$) als iemand kennen die een orgaan gedoneerd heeft ($\chi^2(2) = 2.18$, $p = .336$) bleek gelijk verdeeld over de versies. Verder bleek aan de hand van een eenweg variantieanalyse dat de respondenten gelijk verdeeld waren over de versies op basis van leeftijd ($F(2, 13) = .086$, $p = .918$).

Onderzoeksontwerp

In dit onderzoek werd gebruik gemaakt van een tussenproefpersoonontwerp met drie groepen. Dat wil zeggen dat een respondent één van de twee versies van het nieuwsbericht zag (Rationeel/Emotioneel), of onderdeel was van de controlegroep. De resultaten van de twee versies van het nieuwsbericht werden afgezet tegen deze controlegroep. Respondenten werden door Qualtrics random verdeeld over de drie versies. In totaal zaten 39 respondenten in de rationele groep, 50 respondenten zagen de emotionele versie van de tekst en 43 respondenten bevonden zich in de controlegroep.

Aan de hand van de resultaten van de controlegroep werd een baseline meting afgenomen over de attitudes ten opzichte van orgaandonatie en de intentie om orgaandonor te worden. De controlegroep kreeg dus geen nieuwsbericht, of vragen over het nieuwsbericht, te zien. Verder werden de vragen gelijk gehouden met de vragen die de twee experimentele groepen kregen, bijvoorbeeld over attitude ten opzichte van orgaandonatie en de intentie om orgaandonor te worden.

Instrumentatie

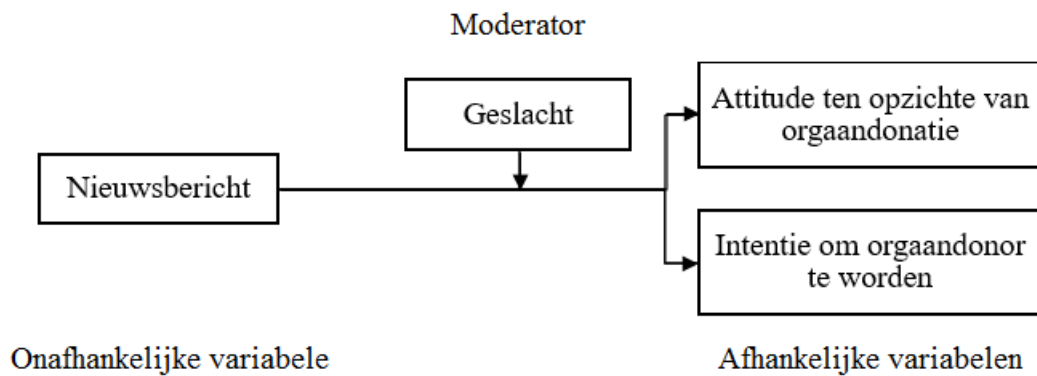
Afhankelijke variabelen

De eerste afhankelijke variabele die in dit onderzoek werd meegenomen is de Attitude ten opzichte van orgaandonatie. Hiervoor werd een schaal met zeven stellingen overgenomen uit het onderzoek van Feeley en Servoss (2005). Deze stellingen werden vertaald en aangepast op de Nederlandse situatie door Nederlandse begrippen te gebruiken, zoals het “Donorregister” in plaats van de “Donor Card” in het onderzoek van Feeley en Servoss (2005). Attitude ten opzichte van orgaandonatie werd gemeten op zevenpunt Likertschalen, van “helemaal mee oneens” tot “helemaal mee eens”. De stellingen waren: “Het is belangrijk dat mensen hun intentie om organen te doneren aangeven in het Donorregister”, “Ik zie orgaandonatie als een negatieve procedure”, “Ik ondersteun het idee van orgaandonatie voor transplantatiedoelinden”, “Ik vind dat orgaandonatie een daad van mededogen is”, “Ik vind dat orgaandonatie een onzelfzuchtige daad is”, “Ik zie orgaandonatie als een natuurlijke manier om iemands leven te verlengen” en “Ik zie orgaandonatie als een voordeel voor de mensheid”. Nadat de tweede stelling omgepoold was bleek de schaal betrouwbaar ($\alpha = .75$).

Als tweede afhankelijke variabele werd de intentie om donor te worden gemeten. Ook deze schaal is afkomstig uit het onderzoek van Feeley en Servoss (2005) en werd vertaald en aangepast op de Nederlandse situatie. De volgende vier items werden bevraagd op basis van zevenpunts Likertschalen, van “Helemaal mee oneens” tot “Helemaal mee eens”: “Ik heb de mogelijkheid overwogen om orgaandonor te worden”, “Op een zeker moment in de toekomst ben ik van plan om me te registreren als orgaandonor”, “Ik was en ben van plan om me te registreren als orgaandonor” en “Ik heb niet de intentie om me te registreren als orgaandonor”. Ook deze schaal bleek betrouwbaar ($\alpha = .88$).

De twee afhankelijke variabelen zijn samen met de onafhankelijke variabelen Nieuwsbericht en Geslacht (Moderator) uitgewerkt in Model 1.

Figuur 1. Schematische weergave van het onderzoeksmodel



Overige en controle-variabelen

Naast deze afhankelijke variabelen werden ook nog een aantal overige of controle-variabelen gemeten. Zo werd respondenten gevraagd of ze op het moment van invullen geregistreerd waren als orgaandonor (ja/nee) en als dit niet zo was, kregen zij de vraag in hoeverre zij bereid waren om orgaandonor te worden, op een zevenpuntschaal van “Helemaal niet” naar “Helemaal wel” zoals dit ook werd bevraagd in Coenders (2014).

Vervolgens werd gevraagd naar de ervaring die respondenten met orgaandonatie hebben. Hiervoor werd een schaal bestaande uit twee items gebruikt uit het onderzoek van Feeley & Servoss (2005). De twee items, bevraagd op een zevenpunt Likertschaal van “Helemaal mee oneens” tot “Helemaal mee eens” waren: “Ik ken zelf iemand die op de wachtlijst staat voor een donororgaan of een donororgaan heeft ontvangen” en “Ik ken zelf iemand die een orgaan gedoneerd heeft”.

Nadat de respondenten in de emotionele en rationele groep de tekst hadden gelezen, werd gekeken of ze de tekst goed hadden gelezen aan de hand van de vraag “Hoe veel Nederlanders hebben (ongeveer) hun keuze om wel of niet orgaandonor te zijn doorgegeven?”. Respondenten hadden de keuze uit a. Ongeveer twee miljoen Nederlanders, b. Ongeveer 5 miljoen Nederlanders of c. Ongeveer 8 miljoen Nederlanders. Het juiste antwoord was in de tekst vermeld, en was antwoord b: “Ongeveer 5 miljoen Nederlanders”.

Daarna werd hun mening over de tekst en de bron van de tekst als manipulatiecheck bevraagd, ingeleid met de zin: “De tekst vond ik...”. De tekst werd beoordeeld op zes items op basis van zevenpuntschalen, met als ankers: “Grappig – Niet grappig”, “Overtuigend – Niet overtuigend”, “Emotioneel – Niet emotioneel”, “Verdrietig – Vrolijk”, “Feitelijk – Niet feitelijk” en “Rationeel – Irrationeel”. Op basis hiervan werd gekeken of de respondenten de

teksten ook daadwerkelijk emotioneel of rationeel vonden. Emotionaliteit werd gemeten met één item, Rationaliteit werd gemeten op een schaal met de twee items “Feitelijk – Niet feitelijk” en “Rationeel” – Irrationeel” waarvan de betrouwbaarheid voldoende was ($\alpha = .71$).

Ook werden vragen gesteld over de betrouwbaarheid van de bron, ingeleid met de zin “De bron lijkt mij...”. Deze zes items werden (vertaald) overgenomen van McCroskey en Teven (1999) en gemeten op een zevenpuntschaal van “Eerlijk – Oneerlijk”, “Gemaakt – Oprecht”, “Te vertrouwen – Niet te vertrouwen”, “Rechtschapen – Immoreel”, “Malafide – Integer” en “Onkreukbaar – Corrupt”. Met het tweede en vijfde item omgepoold bleek deze schaal betrouwbaar: $\alpha = .85$.

Als laatste werd respondenten gevraagd naar hun gedragsovertuiging. Dit werd bevraagd met twee items aangepast van Hoeken, Hornikx en Hustinx (2012). Deze schaal werd ingeleid met de zin “Als ik orgaandonor ben/word...” en beantwoord op een zevenpuntschaal van “Onwaarschijnlijk” naar “Waarschijnlijk”. De twee items waren “...helpt dat anderen.” en “...geeft me dat een vervelend gevoel.” Deze twee items konden niet worden samengevoegd tot één schaal vanwege de lage betrouwbaarheid ($\alpha = .40$). Om deze reden werden de items los van elkaar meegenomen in de analyses.

De vragenlijsten zijn opgenomen in Bijlage B.

Procedure

Proefpersonen werden benaderd om mee te doen aan een online onderzoek. Hierbij werd hen verteld dat het invullen van de vragenlijst ongeveer vijf minuten zou duren, en dat mensen met meedoen kans maakten op het winnen van een cadeaubon van €20 die werd verloot onder de deelnemers. In de inleidende tekst stond verder dat het onderzoek anoniem werd afgenomen. De respondenten werden persoonlijk en online benaderd, bijvoorbeeld via e-mail en Facebook en vulden de vragenlijsten individueel in. De vragenlijsten werden ingevoerd en verspreid via Qualtrics. Achteraf werden respondenten bedankt voor hun deelname.

Resultaten

De centrale vraag in dit onderzoek ging over het effect van framing op de attitude ten opzichte van orgaandonatie en de intentie om orgaandonor te worden. Deze variabelen werden daarom als eerste geanalyseerd.

Attitude ten opzichte van orgaandonatie

Als eerste afhankelijke variabele werd gekeken naar de Attitude ten opzichte van orgaandonatie. Hierbij werd eerst gekeken of de Attitudes verschillend waren na het lezen van de emotionele of rationele groep, of in de controlegroep. Uit een eenweg variantieanalyse voor Attitude met als factor Versie van de vragenlijst bleek dat er geen significant hoofdeffect was voor Versie ($F(2, 129) = 1.56, p = .215$). Ook werd bekeken of Geslacht een verschil zou maken in de Attitude ten opzichte van orgaandonatie. Aan de hand van een eenweg variantieanalyse voor Attitude met als factor Geslacht werd echter geen significant hoofdeffect voor Geslacht gevonden ($F(1, 130) < 1$).

Met aanvullend verzamelde data werd verder exploratief bekeken of deze een verschil maakten op de Attitude ten opzichte van orgaandonatie. Zo werd onderzocht of Attitude ten opzichte van orgaandonatie verschilde tussen mensen die al wel, en mensen die nog geen orgaandonor zijn. Uit een eenweg variantieanalyse voor Attitude met als factor Wel/Geen geregistreerd donor bleek een significant hoofdeffect voor Wel/Geen geregistreerd donor ($F(1, 130) = 10.17, p = .002$). Mensen die al wel geregistreerd stonden als orgaandonor bleken een significant hogere Attitude ten opzichte van orgaandonatie te hebben ($M = 5.71, SD = 1.08$) dan mensen die niet als orgaandonor geregistreerd stonden ($M = 5.16, SD = .83$).

Omdat de omgeving van een persoon mogelijk van invloed kan zijn op zijn/haar Attitude ten opzichte van orgaandonatie werd gekeken naar de ervaring die mensen met orgaandonatie hebben vanuit hun omgeving, en of dit van invloed was op de attitude. Op basis van een eenweg variantieanalyse werd geen significant verschil gevonden op de Attitude voor mensen die wel of niet iemand kennen die een donororgaan heeft ontvangen of hiervoor op de wachtlijst staat ($F(1, 130) = 1.01, p = .318$). Ook het wel of niet kennen van iemand die eens een orgaan gedoneerd heeft bleek op basis van een eenweg variantieanalyse geen significant verschil te maken op de Attitude ($F(1, 130) < 1$). Als laatste werd verwacht dat er mogelijk een interactie-effect zou optreden voor Geslacht op het verband tussen Versie en Attitude. Uit een tweeweg variantieanalyse kwam naar voren dat er geen significant interactie-effect bestond voor Geslacht op Versie en Attitude ($F(2, 126) = 1.83, p = .164$).

Intentie om orgaandonor te worden

Tests voor de variabele Intentie om orgaandonor werden alleen getoetst voor mensen die nog niet geregistreerd waren als orgaandonor tijdens het invullen van dit onderzoek, omdat de mensen die al donor waren geen Intentie meer hoeven te hebben om orgaandonor te worden. Aan de hand van een eenweg variantieanalyse werd getoetst of er verschillen bestonden in de Intentie om orgaandonor te worden op basis van de Versie van de vragenlijst. Hiervoor werd geen significant verschil gevonden ($F(2, 55) = 1.88, p = .162$). Verder werd aan de hand van een eenweg variantieanalyse voor Intentie met als factor Geslacht geen significant hoofdeffect voor Geslacht gevonden ($F(1, 56) < 1$).

Op exploratieve basis werd verder gekeken naar het effect van ervaring met orgaandonatie in de omgeving. Op basis van eenweg variantieanalyses werd geen verschil gevonden in de Intentie en of mensen wel of niet iemand kennen die op de wachtlijst staat voor een donororgaan of al eens een orgaan heeft ontvangen ($F(1, 56) < 1$) of dat mensen iemand kennen die een orgaan hebben afgestaan ($F(1, 56) < 1$). Als laatste werd onderzocht of er een interactie-effect bestond voor Intentie, Versie en Geslacht. Aan de hand van een tweeweg variantieanalyse werd een marginaal significant interactie-effect gevonden voor Intentie, Versie en Geslacht ($F(2,52) = 2.60, p = .084$) op basis van tweezijdige toetsing.

Correlaties

Om te bekijken of er verbanden bestaan tussen de afhankelijke variabelen werden correlatietoetsen uitgevoerd. Uit een correlatie voor Attitude ten opzichte van orgaandonatie en Intentie om orgaandonor te worden bleek een significant, positief verband te bestaan ($r(132) = .44, p < .001$). Mensen met een hogere attitude bleken ook een hogere intentie te hebben. Ook werd gekeken naar ervaring die mensen hadden met orgaandonatie, op basis van de vragen of ze iemand kenden die op de wachtlijst stond voor een donororgaan/een orgaandonor ontvangen heeft of iemand die een orgaan gedoneerd heeft. Uit een correlatie voor Attitude ten opzichte van orgaandonatie en Iemand kennen die op de wachtlijst staat voor een donororgaan of een donororgaan heeft ontvangen bleek geen significant verband te bestaan ($r_s(132) = -.05, p = .561$). Dit kwam ook naar voren uit een correlatie voor Attitude ten opzichte van orgaandonatie en Iemand kennen die een orgaan heeft gedoneerd werd geen significant verband gevonden tussen Attitude en het kennen van een donor ($r_s(132) = .00, p = .998$). Uit een correlatie voor Attitude ten opzichte van orgaandonatie en Bereidheid om donor te worden bleek een significant, positief verband te bestaan tussen Attitude en Bereidheid

($r(58) = .429, p < .001$). Mensen met een hogere attitude bleken ook een hogere bereidheid te hebben om orgaandonor te worden.

Naast verbanden met Attitude ten opzichte van orgaandonatie werd ook gekeken naar verbanden met Intentie om orgaandonor te worden. De intenties werden alleen meegenomen voor de mensen die nog niet geregistreerd waren als orgaandonor. Uit een correlatie voor Intentie om orgaandonor te worden en Iemand kennen die op de wachtlijst staat voor een donororgaan of een donororgaan heeft ontvangen bleek geen significant verband te bestaan ($r_s(58) = .09, p = .495$). Daarnaast bleek uit een correlatie voor Intentie om orgaandonor te worden en Iemand kennen die een orgaan heeft gedoneerd geen significant verband te bestaan ($r_s(58) = .06, p = .648$) tussen Intentie en het kennen van een orgaandonor. Uit een correlatie voor Intentie om orgaandonor te worden en Bereidheid om orgaandonor te worden bleek wel een significant, positief verband te bestaan ($r(58) = .74, p < .001$) tussen Intentie en Bereidheid om donor te worden. Mensen met een hogere intentie om orgaandonor te worden hadden een hogere bereidheid om orgaandonor te worden.

Verder bleek uit een correlatie voor Iemand kennen op de wachtlijst voor een donororgaan/die een donororgaan heeft ontvangen en Iemand kennen die een orgaan heeft gedoneerd een significant, positief verband ($r_s(132) = .25, p = .003$). Mensen die iemand kennen op de wachtlijst voor een donororgaan of die een donororgaan hebben ontvangen, kennen blijkbaar ook vaker iemand die een orgaan gedoneerd heeft. Uit een correlatie voor Iemand kennen op de wachtlijst voor een donororgaan/die een donororgaan heeft ontvangen en Bereidheid om orgaandonor te worden bleek geen significant verband ($r_s(58) = .10, p = .472$). Als laatste bleek uit een correlatie voor Iemand kennen die een heeft gedoneerd en Bereidheid om orgaandonor te worden geen significant verband ($r_s(58) = .17, p = .205$) te bestaan tussen het kennen van iemand die een orgaan heeft gedoneerd en bereidheid om orgaandonor te worden. Alle correlaties werden opgenomen in Tabel 1, waarbij werd aangegeven welke verbanden significant waren en of deze met een Pearson's of Spearman's correlatietoets werden berekend.

Tabel 1. Correlaties (r) tussen Attitude, Intentie,

Variabele	Attitude	Intentie	Kennen wachlijst/ ontvanger	Kennen orgaandonor
Attitude				
Intentie	.44*			
Kennen wachlijst/ontvanger	-.05**	.09**		
Kennen orgaandonor	.00**	.06**	.25*/**	
Bereidheid donor te worden	.43*	.74*	.10**	.17**

*significant op $p < .05$

** r_s in plaats van r

Manipulatiecheck

De respondenten in de Emotionele en Rationele groep werden gevraagd een tekst te lezen. Dit werden bij elkaar 89 respondenten. Om te kijken of zij de tekst aandachtig gelezen hadden werd ze gevraagd naar een feit in de tekst, namelijk hoe veel Nederlanders (ongeveer) hun keuze om wel of niet orgaandonor te zijn doorgegeven. Van de 89 respondenten gaven er 59 het juiste antwoord, namelijk “Ongeveer 5 miljoen Nederlanders”. Van de respondenten in de feitelijke conditie gaven er 24 van de 39 het juiste antwoord, in de emotionele conditie werd 35 van de 50 keer het juiste antwoord gegeven. Aan de hand van een Chi kwadraattoets bleek het geven van het goede antwoord niet significant anders in de emotionele of rationele conditie ($\chi^2(2) = .95, p = .623$).

Op basis van de stelling “De tekst vond ik...” werd bekeken of de manipulatie van de teksten als zijnde Emotioneel of Rationeel gelukt was. Het emotionele anker was “Emotioneel – Niet emotioneel”, waarbij een lagere score dus staat voor een meer Emotionele beoordeling van de tekst. De Emotionele versie van de tekst ($M = 3.96, SD = 1.71$) leek als meer emotioneel beoordeeld te worden dan de Rationele tekst ($M = 4.56, SD = 1.50$) maar dit verschil bleek niet significant ($F(1, 87) = 3.03, p = .085$). De rationaliteit werd gemeten met een schaal bestaande uit de items “Feitelijk – Niet feitelijk” en “Rationeel – Irrationeel”, waarbij een lagere score dus staat voor een meer feitelijke/rationele tekst. Het verschil in

rationaliteit voor de Emotionele en Rationele versie bleek significant ($F(1, 87) = 13.17, p < .001$). De Rationele versie van de tekst ($M = 2.36, SD = 1.35$) werd als meer Rationeel beoordeeld dan de Emotionele versie van de tekst ($M = 3.48, SD = 1.52$).

De betrouwbaarheid van de bron van de tekst werd beoordeeld op een zevenpuntschaal aan de hand van ankers die liepen van meer betrouwbaar naar minder betrouwbaar, bijvoorbeeld “Eerlijk – Oneerlijk”. Een lagere score duidt dus op een als meer betrouwbaar beoordeelde bron. Zowel de Rationele ($M = 3.05, SD = .97$) als de Emotionele tekst ($M = 3.72, SD = 1.16$) werden, met 4 als gemiddelde score op een zevenpuntschaal, dus als enigszins betrouwbaar beoordeeld. Het verschil tussen de Rationele en Emotionele tekst was significant ($F(1, 87) = 8.40, p = .005$). De Rationele tekst ($M = 3.05, SD = .97$) werd significant meer betrouwbaar beoordeeld dan de Emotionele tekst ($M = 3.72, SD = 1.16$).

Conclusie/Discussie

In dit onderzoek werd gekeken naar de invloed van twee verschillende (emotioneel/rationeel) frames in nieuwsberichten over orgaandonatie, en de invloed daarvan op de attitude ten opzichte van orgaandonatie en de intentie om orgaandonor te worden. Daarnaast werd ook onderzocht of geslacht een modererende functie had op de relatie tussen het frame en de attitude en intentie. De eerste drie hypothesen gingen over het effect van emotionele en rationele framing op de attitude ten opzichte van orgaandonatie en de intentie om orgaandonor te worden. Het effect van de framing werd onderling (emotioneel versus rationeel) en ten opzichte van een controlegroep gemeten. De eerste hypothese (H1) stelde dat een emotioneel frame in een nieuwsbericht over orgaandonatie een positief effect zou hebben op de attitude ten opzichte van orgaandonatie en de intentie om orgaandonor te worden ten opzichte van de controlegroep. Dit effect werd niet significant gevonden. De eerste hypothese werd daarom verworpen. De tweede hypothese (H2) ging over het rationele frame, en stelde dat dit nieuwsbericht geen effect op de attitude en intentie zou hebben ten opzichte van de controlegroep. Dit bleek te kloppen: de attitudes ten opzichte van orgaandonatie en intenties om orgaandonor te worden van de proefpersonen in de rationele groep verschilden niet significant van de proefpersonen in de controlegroep. De tweede hypothese kon daarom worden aangenomen. In de derde hypothese (H3) werden de emotionele en rationele conditie onderling vergeleken in hun effect op de intentie en attitude. Het verschil in frame (emotioneel of rationeel) bleek geen effect te hebben op de attitude ten opzichte van orgaandonatie of de intentie om orgaandonor te worden. De derde hypothese werd daarom verworpen. De resultaten wezen dus uit dat de attitude ten opzichte van orgaandonatie en de intentie om orgaandonor te worden gelijk bleef wanneer mensen een emotioneel geframed bericht, een rationeel geframed bericht of helemaal geen bericht lazen. Dit komt niet overeen met de resultaten uit bijvoorbeeld Flora & Maibach (1990), Batson et al. (1997) en Studts et al. (2010) waar wel een verschil in effect van een emotioneel frame werd gevonden ten opzichte van een rationeel frame.

De volgende drie hypothesen gingen in op de mogelijkheid van een modererend effect dat geslacht zou kunnen hebben op de relatie tussen het type frame en de attitudes en intenties. In H4 werd gesteld dat een emotioneel geframed nieuwsbericht voor vrouwen een sterker positief effect op de attitude ten opzichte van orgaandonatie zou hebben dan voor mannen in vergelijking tot de controlegroep. Dit effect werd niet gevonden en deze hypothese werd dus verworpen. In de vijfde hypothese (H5) werd hieraan toegevoegd dat voor een

rationeel frame geen effect zal optreden van geslacht op de relatie tussen het frame en de attitude ten opzichte van orgaandonatie in vergelijking tot de controlegroep. Dit bleek inderdaad zo te zijn; hypothese vijf werd aangenomen. Daarbij werd in de zesde hypothese (H6) de vergelijking gemaakt tussen de emotionele en rationele conditie, waarbij de verwachting was dat het modererende effect alleen zou optreden in de emotionele conditie en niet in de rationele conditie. Er werd geen modererend effect van geslacht gevonden in de emotionele conditie en daarom werd de zesde hypothese verworpen.

De laatste drie hypothesen, H7, H8 en H9 hadden betrekking op het modererende effect van geslacht op de relatie tussen het frame en de intentie om orgaandonor te worden. In de zevende hypothese werd verwacht dat emotionele frames voor vrouwen een sterker positief effect zouden hebben op de intentie om orgaandonor te worden dan voor mannen in vergelijking tot de controlegroep. De achtste hypothese stelde dat het modererende effect van geslacht op de intentie om orgaandonor niet zou optreden bij het rationeel geframede bericht in vergelijking tot de controlegroep. Als laatste stelde de negende hypothese dat het modererende effect van geslacht op de intentie om orgaandonor te worden zich alleen zou voordoen in de emotionele conditie. Het interactie-effect van geslacht op de relatie tussen frame/geen frame en intentie om donor te worden werd niet gevonden op basis van tweezijdige toetsing. De zevende en negende hypothese werden daarom verworpen en de achtste hypothese werd aangenomen. Het effect was echter wel marginaal significant en zou mogelijk bij een grotere groep aan respondenten dan de 58 die geen donor waren in dit onderzoek wel significant kunnen zijn. Dit dient daarom verder onderzocht te worden. Dat Geslacht geen modererend effect heeft op de relatie tussen het frame en de attitude ten opzichte van orgaandonatie en de intentie om orgaandonor te worden gaat in tegen de opgestelde hypothesen en voorgaande onderzoeken. Uit de onderzoeken van Wang (2008) en Moore (2007) bleek namelijk dat vrouwen op een andere manier reageren op emotionele berichten dan mannen.

Naast causale relaties werd ook gekeken naar onderlinge correlaties tussen de variabelen. Uiteindelijk werden vier correlaties significant bevonden. Als eerste bleek een significant positieve correlatie te bestaan tussen attitude ten opzichte van orgaandonatie en de intentie om orgaandonor te worden. Ook werden significant positieve verbanden gevonden tussen bereidheid om donor te worden en attitude ten opzichte van orgaandonatie en de bereidheid om donor te worden en de intentie om orgaandonor te worden. De bereidheid om orgaandonor te worden is vergelijkbaar met de intentie om donor te worden. Dat correlaties

werden gevonden tussen attitude ten opzichte van orgaandonatie en intentie/bereidheid om orgaandonor te worden gaat in tegen eerder onderzoek (onder andere Feeley & Servoss, 2005; Kopfman & Smith, 2009). Hieruit kwam naar voren dat een positieve attitude niet ook direct een hogere intentie betekende, maar toch werd in het huidige onderzoek een samenhang tussen de twee variabelen gevonden. Als laatste werd een significant positief verband gevonden tussen iemand kennen die op de wachtlijst staat voor een donororgaan/een donororgaan heeft gekregen en iemand kennen die een orgaan gedoneerd heeft. Dit zou verklaard kunnen worden door het feit dat iemand de donor kent via degene die hij/zij kent die een donororgaan heeft ontvangen of andersom.

Verder werd nog gekeken of andere factoren een rol speelden in de vorming van attitude en intenties. De attitude ten opzichte van orgaandonatie van mensen die al geregistreerd orgaandonor waren tijdens het invullen van de vragenlijst bleek significant hoger dan de attitudes van mensen die nog geen donor waren. Donoren staan dus positiever ten opzichte van orgaandonatie dan niet-donoren, zoals ook werd gevonden door Kopfman en Smith (2009). Het is mogelijk dat dit verklaard kan worden doordat donoren al donor zijn, maar het zou ook kunnen zijn dat de attitude bepaalt of iemand wel of geen donor wil worden. Dit dient nog verder onderzocht te worden.

De ervaring die mensen vanuit hun omgeving met orgaandonatie hebben, omdat zij zelf iemand kenden die een donororgaan heeft ontvangen of op de wachtlijst staat voor een donororgaan, of iemand kenden die zelf eens een orgaan gedoneerd had werd ook meegenomen in de analyses. Dit bleek beide geen significant effect te hebben op noch de attitude ten opzichte van orgaandonatie als de intentie om orgaandonor te worden.

Om te kijken of de resultaten betrouwbaar waren werden een aantal vragen gebruikt als manipulatiecheck. De vraag die werd gesteld om te controleren of de respondenten de tekst goed gelezen hadden werd door slechts 59 van de 89 respondenten goed beantwoord. Naast de juiste optie hadden respondenten de keuze tussen “Ongeveer 2 miljoen Nederlanders”, gekozen door 25 respondenten, of “Ongeveer 8 miljoen Nederlanders”, welke werd aangevinkt door 5 proefpersonen. Dat een groot deel van de respondenten niet het goede antwoord gaf op deze vraag kan betekenen dat ze de tekst niet goed of aandachtig genoeg hadden gelezen, wat weer de overige resultaten beïnvloed zou kunnen hebben. Dit kan mogelijk wel deels verklaard worden doordat er in de tekst ook een getal van ongeveer 2,8 miljoen mensen voor. Het kan dus ook zijn dat respondenten die voor de eerste keus (2 miljoen) gingen de cijfers door elkaar hebben gehaald. Ook kan het zijn dat respondenten het

antwoord gewoonweg goed gegokt hadden. Omdat ze de keuze hadden uit drie antwoorden was de kans hierop 33%. Om dit uit de weg te gaan zou in vervolgonderzoek deze vraag een open antwoord kunnen krijgen, zodat de gok-kans aanzienlijk verkleind wordt.

De manipulatie van de teksten werd getoetst door respondenten de teksten te laten scoren op emotionaliteit en rationaliteit. De emotionele tekst werd niet significant emotioneler beoordeeld dan de rationele tekst. Andersom werd de rationele tekst wel als significant rationeler beoordeeld dan de emotionele tekst. De manipulatie van het emotionele bericht is daarmee niet (volledig) gelukt. Het feit dat de emotionele tekst niet als zodanig werd ervaren door de respondenten kan ervoor gezorgd hebben dat de resultaten voor de attitude ten opzichte van orgaandonatie en de intentie om orgaandonor te worden ook geen significante verschillen hebben opgeleverd.

Significante verschillen werden wel gevonden in de betrouwbaarheid van de bron van het bericht. De bron van de rationele tekst werd als significant meer betrouwbaar beoordeeld dan de bron van de emotionele tekst, hoewel bij beide teksten geen bronvermelding stond. Het lijkt erop dat nieuwsberichten waarin emotionele taal gebruikt wordt minder betrouwbaar gevonden worden dan feitelijke nieuwsberichten.

Opvallend was verder dat een deel van de mensen die nog geen donor was bij het invullen van de vragenlijst, aangaf wel bereid te zijn donor te worden. Dit komt overeen met wat werd gevonden door Feeley en Servoss (2005) en Kopfman en Smith (2009), namelijk dat een positieve houding ten opzichte van orgaandonatie niet meteen betekent dat mensen ook orgaandonor zijn. Vervolgonderzoek zou kunnen aantonen waarom mensen wel donor willen zijn, en positieve attitudes ten opzichte van orgaandonatie hebben, maar zichzelf toch niet als orgaandonor hebben geregistreerd.

Verdere restricties aan dit onderzoek waren dat de emotionele tekst (157 woorden) langer was dan de rationele tekst (132 woorden). Dit kan verschil gemaakt hebben in bijvoorbeeld de waardering van de tekst en de bron van de tekst. In verder onderzoek dient geprobeerd te worden om dit verschil kleiner te maken. Daarnaast waren er maar weinig respondenten die zich nog niet geregistreerd hadden als orgaandonor (58 van de 132). Hierdoor konden de analyses met betrekking tot intentie om orgaandonor te worden maar op een kleine groep worden uitgevoerd, waardoor het moeilijk is om conclusies te trekken. Het zou interessant zijn om het huidige onderzoek te herhalen bij een grotere groep mensen die nog niet geregistreerd zijn als orgaandonor en met een goede manipulatie van de emotionele

tekst. Op deze manier zouden sterkere conclusies getrokken kunnen worden met betrekking tot het verschil in intentie om donor te worden en het effect van framing van een nieuwsbericht.

In eerder onderzoek kwamen verschillende voordelen van emotionele frames boven rationele frames naar voren (onder andere Flora & Maibach, 1990; Batson et al., 1997; Studts et al., 2010). Deze werden in dit onderzoek dus niet gevonden. Een emotioneel geframed nieuwsbericht zorgde niet voor andere attitudes of intenties omtrent orgaandonatie dan in de baseline meting of in de rationele conditie. Op basis van de hierboven geschetste resultaten zou gezegd kunnen worden dat er geen verschil in effect is van het gebruik van een emotioneel of rationeel frame in een nieuwsbericht over orgaandonatie, of het lezen van een tekst over orgaandonatie op zich. Emotionele berichten zorgen er dus niet voor dat mensen andere attitudes krijgen ten opzichte van orgaandonatie, of eerder de intentie hebben om orgaandonor te worden dan mensen die een rationeel bericht of zelfs helemaal geen bericht over orgaandonatie lezen. Dit suggereert dat het niet uitmaakt hoe nieuwsberichten over orgaandonatie gepresenteerd worden, emotioneel of juist feitelijk. Het zou daarnaast ook betekenen dat donoren actief geworven moeten worden, omdat het lezen van een nieuwsbericht, emotioneel of rationeel geframed, niet leidde tot een hogere attitude ten opzichte van orgaandonatie of een hogere intentie om orgaandonor te worden.

Dat emotioneel geframede berichten over orgaandonatie geen effect hebben in verhouding tot rationele berichten of de baseline meting gaat in tegen de opgestelde hypothesen en voorgaande onderzoeken (onder andere Flora & Maibach, 1990; Batson et al., 1997; Studts et al., 2010). Hierbij werden de kanttekeningen genoemd dat het de vraag is of respondenten de tekst goed gelezen hebben, werd de emotionele tekst niet als zodanig beoordeeld en werd de rationele tekst als meer betrouwbaar beoordeeld dan de emotionele versie van de tekst. Dit zouden ook redenen kunnen zijn waarom er geen verschil werd gevonden in het gebruik van een emotioneel of een rationeel frame, welke in andere onderzoeken (bijvoorbeeld Flora & Maibach, 1990; Batson et al., 1997 en Studts et al., 2010) wel verschillende resultaten opleverden. Het huidige onderzoek was, zover bekend, echter het eerste onderzoek naar het effect van een emotioneel versus rationeel frame in een nieuwsbericht over orgaandonatie. Vervolgonderzoek moet daarom uitwijzen of, met een sterkere manipulatie van de emotionele tekst, het gebruik van een emotioneel of rationeel frame in nieuwsberichten over orgaandonatie inderdaad geen verschil maakt, waarmee resultaten uit voorgaande onderzoeken worden tegengesproken.

Bibliografie

- Andsager, J.L., & Powers, A. (2001). Framing Women's Health with a Sense-making Approach: Magazine Coverage of Breast Cancer and Implants. *Health Communication, 13*(2), 163-186.
- Batson, C.D., Sager, K., Garst, E., Kang, M., Rubchinsky, K., & Dawson, K. (1997). Is Empathy-Induced Helping Due to Self-Other Merging? *Journal of Personality and Social Psychology, 73*(3), 495-509.
- Bradley, M., & Lang, P.J. (1999). Affective Norms for English Words (ANEW): Instruction Manual and Affective Ratings. *Technical Report C-1, The Center for Research in Psychophysiology, University of Florida.*
- Coenders, I.A.L. (2014). Organ Donation, Are you in? The Persuasiveness of Message Framing and Evidence Types in Messages [Master Thesis]. Gedownload op 10 Mei 2015 van <http://essay.utwente.nl/65107/>
- Coleman, R., Thorson, E., & Wilkins, L. (2011). Testing the Effect of Framing and Sourcing in Health News Stories. *Journal of Health Communication, 16*(9), 941-954.
- Entman, R.M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication, 43*(4), 51-58.
- Feeley, T.H., & Servoss, T.J. (2005). Examining College Students' Intentions to Become Organ Donors. *Journal of Health Communication, 10*(3), 237-249.
- Fischer, A.H., Rodriguez Mosquera, P.M., Vianen, A.E.M. van, & Manstead, A.S.R. (2004). Gender and Culture Differences in Emotion. *Emotion, 4*, 87-94.
- Flora, J.A., & Maibach, E.W. (1990). Cognitive Responses to AIDS Information. The Effects of Issue Involvement and Message Appeal. *Communication Research, 17*(6), 759-774.
- Gross, K. (2004). Framing Emotional Response. *Political Psychology, 25*(1), 1-29.
- Hermans, D., & Houwer, J. de. (1994) Affective and Subjective Familiarity Ratings of 740 Dutch Words. *Psychologica Belgica, 34*(2-3), 115-139.
- Hoeken, H., Hornikx, J., & Hustinx, L. (2012). *Overtuigende Teksten*. Bussum: Uitgeverij Coutinho.

- Kim, H.J., & Cameron, G.T. (2011). Emotions Matter in Crisis: The Role of Anger and Sadness in the Publics' Response to Crisis News Framing and Corporate Crisis Response. *Communication Research*, 38, 826-855.
- Kopfman, J.E., & Smith, S.W. (2009). Understanding the Audiences of a Health Communication Campaign: A Discriminant Analysis of Potential Organ Donors Based on Intent to Donate. *Journal of Applied Communication Research*, 24(1), 33-49.
- Kring, A.M., & Gordon, A.H. (1998). Sex Differences in Emotion: Expression, Experience and Physiology. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(3), 686-703.
- Krumpal, I., Rauhut, H., Böhr, D., & Naumann, E. (2011). The Framing Risks and the Communication of Subjective Probabilities for Victimizations. *Quality & Quantity: International Journal of Methodology*, 45(6), 1331-1348.
- McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The Agenda-setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- Ministerie van Volksgezondheid (z.d.a) *Donorregister / Registraties. Registraties per 31 mei 2016*. Geraadpleegd op 14 juni 2016, van <https://www.donorregister.nl/organisatie/cijfers/registraties/default.aspx>
- Ministerie van Volksgezondheid (z.d.b) *Donorregister / Registraties. Registraties mannen t.o.v. vrouwen per 31 mei 2016*. Geraadpleegd op 14 juni 2016, van <https://www.donorregister.nl/organisatie/cijfers/registraties/default.aspx>
- Moore, D.J. (2007). Emotion as a Mediator of the Influence of Gender on Advertising Effectiveness: Gender Differences in Online Self-Reports. *Basic and Applied Social Psychology*, 29(3), 203-211.
- Morgan, S.E., Stephenson, M.T., Harrison, T.R., Afifi, W.A., & Long, S.D. (2008). Facts versus 'Feelings'. How Rational is the Decision to Become an Organ Donor? *Journal of Health Psychology*, 13(5), 644-658.
- Nabi, R.L. (2003). Exploring the Framing Effects of Emotion: Do Discrete Emotions Differentially Influence Information Accessibility, Information Seeking, and Policy Preference? *Communication Research*, 30, 224-247.
- Petty, R.E., & Cacioppo, J.T. (1986). The Elaboration Likelihood Model of Persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, 123-205.

Polyorat, K., Alden, D.L., Kim, E.S. (2007). Impact of Narrative versus Factual Print Ad Copy on Product Evaluation: The Mediating Role of Ad Message Involvement. *Psychology & Marketing*, 24(6), 539-554.

Studts, J.L., Ruberg, J.L., McGuffin, S.A., & Roetzer, L.M. (2010). Decisions to Register for the National Marrow Donor Program: Rational vs Emotional Appeals. *Bone Marrow Transplantation*, 45, 422-428.

McCroskey, J.C., & Teven, J.J. (1999). Goodwill: A Reexamination of the Construct and its Measurement. *Communications Monographs*, 66(1), 90-103.

Wang, C.L. (2008). Gender Difference in Responding to Sad Emotional Appeal: A Moderated Mediation Explanation. *Journal of Nonprofit and Public Sector Marketing*, 19(1), 55-70.

Bijlagen

Bijlage A: Twee versies van de teksten.

Opmerking: De onderstreepte woorden in de Emotionele tekst zijn de woorden die gebruikt zijn om de tekst emotioneel te maken, ten opzichte van de Rationele tekst.

1. Rationele tekst

Nijmegen – 11 mei 2016

Uit vandaag gepubliceerde cijfers van het Donorregister blijkt dat 5.892.585 Nederlanders hun keuze omtrent orgaandonorschap geregistreerd hebben. Ongeveer de helft van hen (2.886.095) heeft aangegeven alle organen te doneren en 741.677 mensen geven toestemming met beperking, wat betekent dat ze niet alle organen willen doneren. In totaal hebben bijvoorbeeld 169.738 mensen besloten hun hart niet te willen doneren, en 461.376 mensen willen hun hoornvliezen niet doneren.

In mei 2016 staan in totaal 970 mensen op de wachtlijst voor een donororgaan, waarvan 518 mensen wachten op een donornier, 179 op een donorlong en 121 mensen staan op de donorwachtlijst voor een lever. De cijfers laten een lichte daling van 4% zien ten opzichte van mei 2015, maar er wachten dus nog steeds bijna 1000 mensen op een geschikt donororgaan.

2. Emotionele tekst

Nijmegen – 11 mei 2016

Uit vandaag gepubliceerde cijfers van het Donorregister blijkt dat slechts 5.892.585 Nederlanders hun keuze omtrent orgaandonorschap geregistreerd hebben. Minder dan de helft van hen (2.886.095) heeft aangegeven alle organen te willen doneren. Een kleine groep van 741.677 mensen geeft toestemming met beperking, wat betekent dat ze niet alle organen willen doneren. In totaal hebben bijvoorbeeld 169.738 mensen de egoïstische beslissing genomen hun hart niet te willen doneren, en zelfs 461.376 zelfzuchtige mensen willen hun hoornvliezen niet doneren.

In mei 2016 staan in totaal 970 mensen op de wachtlijst voor een donororgaan, waarvan 518 mensen hopen op een donornier, 179 op een donorlong en 121 mensen

staan op de donorwachlijst voor een lever. De cijfers laten een optimistische, lichte daling van 4% zien ten opzichte van mei 2015, wat op zich al een succes is. Maar er wachten dus nog steeds bijna 1000 mensen op een geschenk in de vorm van een geschikt donororgaan.

Bijlage B: Vragenlijsten

De respondenten zagen de vet gedrukte woorden niet.

1. Vragenlijst Emotionele en Rationele conditie

Introductietekst

Beste lezer,

Bedankt dat je mee wil doen aan dit onderzoek. Om mijn master af te ronden doe ik onderzoek naar communicatie over orgaandonatie.

Hiervoor heb ik een korte vragenlijst opgesteld die ongeveer 5 tot 10 minuten van je tijd in beslag neemt. Het invullen van de vragenlijst gebeurt anoniem.

Door mee te doen aan dit onderzoek help je mij om de benodigde resultaten te verzamelen en de laatste stap richting mijn diploma te nemen. Daarnaast wordt onder deelnemers aan dit onderzoek een Bol.com cadeaubon ter waarde van €20,- verloot. Om mee te dingen naar deze prijs kun je aan het eind van de vragenlijst je e-mailadres achterlaten.

Voor vragen of opmerkingen over dit onderzoek kun je contact opnemen via e.damen@student.ru.nl.

Vriendelijke groet,

Eva Damen

Student aan de Radboud Universiteit Nijmegen

Door verder te klikken begin je aan het onderzoek

Vragenlijst

Om te beginnen zou ik graag een aantal algemene dingen van je willen weten:

Algemeen

- Ik ben een (man/vrouw)
- Mijn leeftijd is:
- Mijn nationaliteit is: (Nederlands / anders, namelijk...)

- Mijn hoogst genoten opleiding is (middelbare school / mbo / hbo / universitair / anders, namelijk...)

Dan volgen nu een aantal vragen over je ervaring met orgaandonatie

- Ben je op dit moment geregistreerd als orgaanorgaandonor? (ja/nee) **(Coenders, 2014)**

→ Bij 'nee': In hoeverre ben je bereid om orgaandonor te worden? **(Helemaal niet – Helemaal wel, zevenpuntsschaal) (Coenders, 2014)**

Ervaring met orgaandonatie (Feeley & Servoss, 2005):

- Ik ken zelf iemand die op de wachtlijst staat voor een donororgaan of een donororgaan heeft ontvangen (ja/nee)
- Ik ken zelf iemand die een orgaan gedoneerd heeft (ja/nee)

Introductie van de tekst

Als je verder klikt krijg je een nieuwsbericht te zien over orgaandonatie. Lees dit bericht alsjeblieft goed door. Na het lezen van het bericht kun je verder klikken, en volgen een aantal vragen over het bericht.

Nieuwsbericht: Rationeel of Emotioneel

Bedankt voor het lezen van het nieuwsbericht. Zoals eerder gemeld volgen nu een aantal vragen over het nieuwsbericht.

Manipulatiecheck: tekst goed gelezen?

Hoe veel Nederlanders hebben (ongeveer) hun keuze om wel of niet orgaandonor te zijn doorgegeven?

- Ongeveer 2 miljoen Nederlanders
- Ongeveer 5 miljoen Nederlanders (=goede antwoord)
- Ongeveer 8 miljoen Nederlanders

Beoordeling tekst (zevenpuntsschaal)

De tekst vond ik...

- Grappig – niet grappig
- Overtuigend – niet overtuigend
- Emotioneel – niet emotioneel
- Verdrietig – vrolijk
- Feitelijk – niet feitelijk
- Rationeel – irrationeel

Betrouwbaarheid van de bron van de bron, zevenpuntschaal (McCroskey & Teven, 1999)

De bron lijkt mij...

- Eerlijk – oneerlijk
- Gemaakt – oprecht
- Te vertrouwen – niet te vertrouwen
- Rechtschapen – immoreel
- Malafide – integer
- Onkreukbaar – corrupt

Bedankt voor het invullen van deze vragen. Na deze vragen over de tekst, krijg je nu een aantal vragen over orgaandonatie.

Attitude t.o.v. orgaandonatie (Feeley & Servoss, 2005), aangepast op Nederlandse situatie en vertaald (helemaal mee oneens – helemaal mee eens, zevenpuntsschaal)

Nu volgen een aantal stellingen. Geef alsjeblieft aan in hoeverre je het met de stellingen eens of oneens bent.

- Het is belangrijk dat mensen hun intentie om organen te doneren aangeven in het Donorregister
- Ik zie orgaandonatie als een negatieve procedure
- Ik ondersteun het idee van orgaandonatie voor transplantatie-doeleinden
- Ik vind dat orgaandonatie een daad van mededogen is
- Ik vind dat orgaandonatie een onzelfzuchtige daad is
- Ik zie orgaandonatie als een natuurlijke manier om iemands leven te verlengen

- Ik zie orgaandonatie als een voordeel voor de mensheid

Intentie om donor te worden (Feeley & Servoss, 2005; vertaald en aangepast op Nederlandse situatie, zevenpuntsschaal, helemaal mee oneens – helemaal mee eens)

- Ik heb de mogelijkheid overwogen om orgaandonor te worden
- Op een zeker moment in de toekomst ben ik van plan om me te registreren als orgaandonor.
- Ik was en ben van plan om me te registreren als orgaandonor
- Ik heb niet de intentie om me te registreren als orgaandonor

Gedragsovertuiging (aangepast van Hoeken, Hornikx, Hustinx, 2012) zevenpuntsschaal

Geef bij de volgende vragen aan hoe waarschijnlijk je iets acht.

Als ik orgaandonor ben/word...

- helpt dat anderen (onwaarschijnlijk – waarschijnlijk)
- geeft me dat een vervelend gevoel (onwaarschijnlijk – waarschijnlijk)

Afsluitende tekst

Dit waren de laatste vragen in dit onderzoek. Bedankt dat je hebt meegedaan!

Wanneer je kans wil maken op de Bol.com cadeaukaart ter waarde van €20, vul dan hieronder je e-mailadres in. Je e-mailadres wordt uiteraard niet gekoppeld aan de resultaten in dit onderzoek en zal niet gedeeld worden met anderen.

Nogmaals bedankt voor je deelname. Hiermee heb je me enorm geholpen!

Met vriendelijke groet,

Eva Damen

2. Vragenlijst Controlegroep

Introductietekst

Beste lezer,

Bedankt dat je mee wil doen aan dit onderzoek. Om mijn master af te ronden doe ik onderzoek naar communicatie over orgaandonatie.

Hiervoor heb ik een korte vragenlijst opgesteld die ongeveer 5 tot 10 minuten van je tijd in beslag neemt. Het invullen van de vragenlijst gebeurt anoniem.

Door mee te doen aan dit onderzoek help je mij om de benodigde resultaten te verzamelen en de laatste stap richting mijn diploma te nemen. Daarnaast wordt onder deelnemers aan dit onderzoek een Bol.com cadeaubon ter waarde van €20,- verloot. Om mee te dingen naar deze prijs kun je aan het eind van de vragenlijst je e-mailadres achterlaten.

Voor vragen of opmerkingen over dit onderzoek kun je contact opnemen via e.damen@student.ru.nl.

Vriendelijke groet,

Eva Damen

Student aan de Radboud Universiteit Nijmegen

Door verder te klikken begin je aan het onderzoek

Vragenlijst

Om te beginnen zou ik graag een aantal algemene dingen van je willen weten:

Algemeen

- Ik ben een (man/vrouw)
- Mijn leeftijd is:
- Mijn nationaliteit is: (Nederlands / anders, namelijk...)
- Mijn hoogst genoten opleiding is (middelbare school / mbo / hbo / universitair / anders, namelijk...)

Dan volgen nu een aantal vragen over je ervaring met orgaandonatie

- Ben je op dit moment geregistreerd als orgaanorgaandonor (ja/nee) (**Coenders, 2014**)
→ Bij 'nee': In hoeverre ben je bereid om orgaandonor te worden? (**Helemaal niet – Helemaal wel**) (**Coenders, 2014**)

Ervaring met orgaandonatie (Feeley & Servoss, 2005):

- Ik ken zelf iemand die op de wachtlijst staat voor een donororgaan of een donororgaan heeft ontvangen (ja/nee)
- Ik ken zelf iemand die een orgaan gedoneerd heeft (ja/nee)

Bedankt voor het invullen van deze vragen. Na deze vragen krijg je nu een aantal vragen over orgaandonatie.

Attitude t.o.v. orgaandonatie (Feeley & Servoss 2005), aangepast op Nederlandse situatie en vertaald (helemaal mee oneens – helemaal mee eens, zevenpuntsschaal)

Nu volgen een aantal stellingen. Geef alsjeblieft aan in hoeverre je het met de stellingen eens of oneens bent.

- Het is belangrijk dat mensen hun intentie om organen te doneren aangeven in het Donorregister
- Ik zie orgaandonatie als een negatieve procedure
- Ik ondersteun het idee van orgaandonatie voor transplantatie-doeleinden
- Ik vind dat orgaandonatie een daad van mededogen is
- Ik vind dat orgaandonatie een onzelfzuchtige daad is
- Ik zie orgaandonatie als een natuurlijke manier om iemands leven te verlengen
- Ik zie orgaandonatie als een voordeel voor de mensheid

Intentie om donor te worden (Feeley & Servoss, 2005; vertaald en aangepast op Nederlandse situatie, zevenpuntsschaal, helemaal mee oneens – helemaal mee eens)

- Ik heb de mogelijkheid overwogen om orgaandonor te worden
- Op een zeker moment in de toekomst ben ik van plan om me te registreren als orgaandonor.
- Ik was en ben van plan om me te registreren als orgaandonor
- Ik heb niet de intentie om me te registreren als orgaandonor.

**Gedragsovertuiging (aangepast van Hoeken, Hornikx, Hustinx, 2012)
zevenpuntsschaal**

Geef bij de volgende vragen aan hoe waarschijnlijk je iets acht.

Als ik orgaandonor ben/word...

- helpt dat anderen (onwaarschijnlijk – waarschijnlijk)
- geeft me dat een vervelend gevoel (onwaarschijnlijk – waarschijnlijk)

Afsluitende tekst

Dit waren de laatste vragen in dit onderzoek. Bedankt dat je hebt meegedaan!

Wanneer je kans wil maken op de Bol.com cadeaukaart ter waarde van €20, vul dan hieronder je e-mailadres in. Je e-mailadres wordt uiteraard niet gekoppeld aan de resultaten in dit onderzoek en zal niet gedeeld worden met anderen.

Nogmaals bedankt voor je deelname. Hiermee heb je me enorm geholpen!

Met vriendelijke groet,

Eva Damen