

**Kan de descriptieve en/of injunctieve norm levens redden?
Onderzoek naar het effect van normcommunicatie op de attitude,
subjectieve norm, zelfeffectiviteit en intentie met betrekking tot
bloeddonatie onder niet-donoren.**

*Could the descriptive and/or injunctive norm save lives?
Research into the effect of norm communication on attitude, subjective norm, self-
efficacy and intention towards blood donation among non-donors.*

Naam	Celine van de Haterd
Studentnummer	s1013677
E-mail	c.vandehaterd@student.ru.nl
Eerste lezer	Dr. Van Krieken
Tweede lezer	Dr. B.C. Planken
Datum	06-07-2018
Woordaantal	7500

Radboud Universiteit Nijmegen

Faculteit der Letteren
Pré-master Communicatie- en Informatiewetenschappen



Samenvatting

In de toekomst dreigt een tekort aan bloed te ontstaan door vergrijzing en een toename van het aantal uitstromende bloeddonoren. Hierdoor is werving van nieuwe bloeddonoren van belang. In Nederland draagt Stichting Sanquin Bloedvoorziening verschillende communicatieboodschappen uit waarmee zij nieuwe donoren probeert te werven.

Verschillende onderzoeken tonen aan dat het verwerken van een sociale norm in een communicatieboodschap kan zorgen voor een gewenste impact op gedrag. Sociale normen zijn te onderscheiden in twee soorten, namelijk descriptieve en injunctieve normen. Injunctieve normen hebben betrekking op welk gedrag in het algemeen wordt goed- of afgekeurd, zoals: 'Nederlanders vinden bloeddonatie belangrijk'. Descriptieve normen hebben betrekking op het gedrag dat anderen daadwerkelijk uitvoeren, zoals: '80% van de Nederlanders doneert bloed'.

Het effect van normcommunicatie op de determinanten van de *Theorie van Gepland Gedrag* is niet eerder onderzocht in de context van bloeddonatie. Voor dit onderzoek is daarom de volgende onderzoeksvraag geformuleerd: *'Wat is het effect van normcommunicatie (descriptief vs. injunctief) op de attitude, subjectieve norm, zelfeffectiviteit en intentie met betrekking tot bloeddonatie onder niet-donoren?'*

In totaal hebben 124 respondenten deelgenomen aan het onderzoek. De resultaten van het huidige onderzoek hebben aangetoond dat normcommunicatie geen effect heeft op de attitude, subjectieve norm, zelfeffectiviteit en intentie met betrekking tot bloeddonatie onder niet-donoren. Met behulp van vervolgonderzoek moet duidelijk worden of het positieve effect van normcommunicatie niet bestaat in de context van bloeddonatie of dat beperkingen van het huidige onderzoek de resultaten mogelijk hebben beïnvloed.

Inleiding

De bloedvoorziening in Nederland is afhankelijk van donoren die vrijwillig en belangeloos bloed geven (Lemmens, 2009) en wordt verzorgd door Stichting Sanquin Bloedvoorziening (Rijksoverheid, 2006). Bloedtransfusie kan worden ingezet voor verschillende doeleinden, waardoor jaarlijks levens van 25.000 Nederlanders worden gered (Sanquin, n.d.). De vraag naar bloeddonaties is dan ook een constant terugkerend fenomeen (Sanquin, n.d.).

Werving van nieuwe donoren is nodig, doordat de jaarlijkse uitstroom van donoren de laatste jaren is toegenomen (Rijksoverheid, 2017) en de Nederlandse bevolking aan het vergrijzen is. Deze vergrijzing heeft als gevolg een toename van de medische zorg, waarbij bloed onder andere nodig is voor verschillende soorten operaties (De Beer, Giesbers, & Verweij, 2013; Centraal Bureau voor de Statistiek, 2012). Dit betekent dat er in de toekomst als gevolg van de vergrijzende bevolking een grotere vraag zal zijn naar bloed en daarmee bloeddonaties, terwijl het huidige donorbestand krimpt. Werving van nieuwe bloeddonoren is dus relevant, zodat de voorraden van de verschillende bloedgroepen zo hoog mogelijk kunnen worden gehouden en Sanquin voldoende in bloed kan voorzien wanneer dit nodig is.

Sanquin draagt verschillende communicatieboodschappen uit om nieuwe donoren te werven. Volgens Cialdini, Kallgren en Reno (1990) kan het verwerken van een sociale norm in een boodschap zorgen voor een gewenste impact op bepaald gedrag. Om deze reden wordt in dit onderzoek specifiek bestudeerd in hoeverre een sociale norm, verwerkt in een communicatieboodschap ter promotie van bloeddonatie, invloed heeft op gedrag met betrekking tot bloeddonatie onder niet-donoren. Om het gedrag van niet-donoren te voorspellen wordt een beroep gedaan op de *Theorie van Gepland Gedrag* (Ajzen, 1991). Mocht de inzet van normcommunicatie leiden tot een gewenste impact op de gedragsintentie om bloed te doneren onder niet-donoren, dan kunnen gezondheidsprofessionals, zoals bloedbank Sanquin en de overheid, de communicatie omtrent de donorwerving in de toekomst nog beter afstemmen op potentiële donoren.

Theoretisch kader

De Theorie van Gepland Gedrag

Meerdere studies, onder zowel bloeddonoren als niet-bloeddonoren, zijn gebaseerd op de *Theorie van Gepland Gedrag* (Ajzen, 1991). Deze theorie wordt vaak ingezet om het gedrag van mensen te voorspellen. Volgens de *Theorie van Gepland Gedrag* vormt intentie de

belangrijkste voorspeller van gepland gedrag. Bloeddonatie is een vorm van gepland gedrag; men voert het gedrag uit na er eerst goed over nagedacht te hebben. De intentie gaat over het voornemen om een bepaald gedrag uit te voeren (Schavio, 2007), dus het voornemen om bloed te doneren. De intentie om bloed te doneren wordt bepaald door drie determinanten: attitude ten opzichte van bloeddonatie, subjectieve norm over bloeddonatie en waargenomen gedragscontrole met betrekking tot bloeddonatie (Ajzen, 1991). Hoe hoger de intentie om bloed te doneren, hoe groter de kans is dat een persoon ook daadwerkelijk bloed doneert. Bij het ontwerpen van wervingsmateriaal voor bloeddonoren is het van belang om een intentie tot bloeddonatie te creëren (De Kort, 2010) of een intentie te versterken door een specifiek appèl te doen op een van de onderliggende determinanten (Armitage & Conner, 2001; Giles & Cairns, 1995; Giles, McClenahan, Cairns, & Mallet, 2004; Lemmens et al., 2005).

De eerste determinant attitude betreft de houding of mening van een persoon ten opzichte van bepaald gedrag, in dit geval bloeddonatie (Schavio, 2007). Een positieve attitude ten aanzien van bloeddonatie kan zijn: 'Voor de eerste keer bloed doneren in de komende maand vind ik goed'. Een negatieve attitude ten aanzien van bloeddonatie kan zijn: 'Voor de eerste keer bloed doneren in de komende maand vind ik slecht'.

De tweede determinant subjectieve norm heeft betrekking op wat je denkt dat (belangrijke) anderen vinden van een bepaald gedrag (normatieve overtuigingen) in combinatie met de neiging om daaraan te voldoen (motivatie tot conformeren) (Hoeken, Hornikx, & Hustinx, 2012). Een voorbeeld van een normatieve overtuiging is: 'Mijn echtgenote vindt het goed als ik bloed doneer'. Een voorbeeld van de motivatie tot conformeren is: 'Ik vind het heel belangrijk om te doen wat mijn echtgenote vindt dat ik moet doen'. Hoe sterker iemand gelooft dat belangrijke anderen bloeddonatie goedkeuren, hoe waarschijnlijker de kans is dat die persoon van plan is te doneren (Lemmens, 2009).

De derde determinant waargenomen gedragscontrole heeft betrekking op de mate waarin iemand denkt dat hij of zij in staat is om het gedrag ook daadwerkelijk uit te kunnen voeren (Schavio, 2007). In dit onderzoek heeft deze determinant betrekking op de mate waarin iemand denkt dat hij of zij in staat is om daadwerkelijk bloed te doneren. Waargenomen gedragscontrole is nauw verwant aan het construct zelfeffectiviteit (Ajzen, 1991; Bandura, 1997; Bandura, 1998). Het concept zelfeffectiviteit maakt deel uit van de *Social Cognitive Theory* (Bandura, 1997). Zelfeffectiviteit is "het vertrouwen van een persoon

in zijn eigen capaciteiten om een bepaalde taak te volbrengen die de gegeven situatie van hem vraagt” (Wood & Bandura, 1989). Deze constructen betekenen min of meer hetzelfde. Uit onderzoek blijkt dat het construct zelfeffectiviteit een sterker verband aantoonst met de intentie tot bloeddonoratie dan het construct waargenomen gedragscontrole (Armitage & Conner, 2001; Giles et al., 2004). Om bovenstaande reden zal dit onderzoek het construct zelfeffectiviteit bestuderen als voorspeller van gedragsintentie.

Sociale normen

De sociale omgeving kan zorgen voor een gewenste impact op gedrag. Bij de werving van nieuwe donoren heeft het hebben van familie en/of vrienden die bloeddonoratie steunen of zelf bloed doneren een positief effect op iemands keuze om bloed te doneren (Lemmens, 2009; Los, 2006). Dit benadrukt dat donoren in de eigen sociale omgeving een belangrijke rol kunnen spelen in de werving van nieuwe donoren. In de sociale omgeving spelen allerlei sociale normen een rol. Sociale normen hebben betrekking op de regels die een samenleving heeft voor acceptabel gedrag en acceptabele waarden en opvattingen (Aronson, Wilson, & Akert, 2011). Cialdini et al. (1990) hebben in een aantal onderzoeken aangetoond dat het verwerken van een sociale norm in een boodschap kan zorgen voor een gewenste impact op gedrag. Het verwerken van een sociale norm in een boodschap wordt ook wel normcommunicatie genoemd. Als je mensen wil stimuleren om bloeddonor te worden dan dient men zich eerst te focussen op het soort sociale norm dat in die situatie van kracht is. Op die manier kan men een vorm van sociale invloed aanwenden die mensen stimuleert om zich op zo'n manier te gedragen die de samenleving ten goede komt (Aronson et al., 2011).

Op het vlak van sociale invloed wordt binnen de sociale psychologie een onderscheid gemaakt tussen injunctieve en descriptieve normen (Cialdini et al., 1990; Cialdini, Reno, & Kallgren, 1991). In de literatuur wordt het onderscheid tussen de twee normen benadrukt; beide normen spreken een andere vorm van menselijke motivatie aan om aan de normen te voldoen (Deutsch & Gerard, 1955). 'Injunctieve normen hebben betrekking op wat we denken dat andere mensen goed- of afkeuren. Deze normen motiveren gedrag door beloningen of straffen in het vooruitzicht te stellen voor normatief of niet-normatief gedrag' (Aronson et al., 2011, p. 282 en 283). Een beloning kan bijvoorbeeld het verkrijgen van meer status zijn, indien een persoon zich conformeert aan een injunctieve norm. Een straf kan bijvoorbeeld sociale uitsluiting zijn, indien een persoon een injunctieve norm overtreedt

(Tiemeijer, 2011). Een voorbeeld van een injunctieve norm is: 'Steeds meer Nederlanders vinden bloeddonatie belangrijk'. 'Descriptieve normen daarentegen hebben te maken met onze percepties van de manier waarop mensen zich daadwerkelijk gedragen in een bepaalde situatie, ongeacht of dat gedrag goed- of afgekeurd wordt door anderen. Descriptieve normen motiveren gedrag door mensen te informeren wat effectief of adaptief gedrag is.' Een voorbeeld van een descriptieve norm is: 'Nederlanders doneren steeds vaker bloed'.

Effectiviteit van de injunctieve en descriptieve norm

Momenteel is er een tekort aan kennis over het effect van de descriptieve en injunctieve norm op gedragsdeterminanten in de context van bloeddonatie. Echter is wel onderzoek verricht naar het effect van sociale normen in boodschappen met betrekking tot andere gedragsdomeinen, zoals energiebesparing (Nolan, Schultz, Cialdini, Goldstein, & Griskevicius, 2008) en hergebruik van handdoeken (Goldstein, Cialdini, & Griskevicius, 2008).

Uit een onderzoek naar energiebesparend gedrag van Nolan et al. (2008) blijkt dat de descriptieve norm in een communicatieboodschap effectief is. Onderzoekers hing een kaart met daarop een boodschap aan de deurknop van huizen in San Marcos (Californië). Er waren drie versies van de kaart: een boodschap speelde in op de descriptieve waargenomen norm, een boodschap op het eigenbelang en een boodschap op het milieu. Na afloop van het onderzoek bleek dat het communiceren van een boodschap waarbij werd ingespeeld op de descriptieve waargenomen norm, zoals "Doe mee met uw burens en bespaar energie" en "77% van San Marcos' inwoners gebruiken vaak waaiers in plaats van airconditioning ter verkoeling", leidde tot de sterkste afname van het energieverbruik door de bewoners van de huizen. Het communiceren van een boodschap waarbij werd ingespeeld op het eigenbelang en milieu leidde tot een minder sterke afname van het energieverbruik (Nolan et al., 2008).

Goldstein et al. (2008) toonden in een ander experiment naar hergebruik van handdoeken door hotelgasten alsmede dat de descriptieve norm in een communicatieboodschap effectief is. In het experiment werd de helft van de hotelgasten geïnformeerd via een standaardtekst over het feit dat het opnieuw gebruiken van handdoeken goed is voor het milieu. De andere helft van de hotelgasten werd geïnformeerd via een tekst waarin een descriptieve norm was verwerkt, in deze tekst stond dat de meerderheid van eerdere gasten ervoor had gekozen om hun handdoeken te hergebruiken. Uit de resultaten bleek dat de proefpersonen die waren blootgesteld aan de descriptieve

normboodschap significant vaker hun handdoeken hergebruikten dan de proefpersonen die waren blootgesteld aan de boodschap over milieubewust gedrag.

Bovenstaande onderzoeken ondersteunen het idee dat het verwerken van een sociale norm in een communicatieboodschap invloed uit kan oefenen op verschillende soorten gedrag. Mogelijk kunnen sociale normen in een boodschap ter promotie van bloeddonatie de gedragsintentie met betrekking tot bloeddonatie onder niet-bloeddonoren beïnvloeden.

Effectiviteit van de injunctieve versus descriptieve norm

Verschillende onderzoeken tonen dat injunctieve normen in een communicatieboodschap een positiever effect hebben op het vertonen van het gewenste gedrag dan descriptieve normen in een communicatieboodschap en andersom (Cialdini et al., 2007; Mollen et al., 2013). In de context van bloeddonatie ontbreken bevindingen over het verschil in effectiviteit tussen de normen. Echter is wel onderzoek verricht naar het verschil in effectiviteit tussen de normen in de context van houtdiefstal (Goldstein, Martin, & Cialdini, 2008).

In een onderzoek naar houtdiefstal in een National Park in Arizona bleek dat een boodschap met een injunctieve norm meer effect had om diefstal tegen te gaan dan een boodschap met een descriptieve norm. In het bos werd op een plek een waarschuwbord met een descriptieve norm geplaatst (veel bezoekers hebben hout gestolen), op een andere plek werd een waarschuwbord met een injunctieve norm geplaatst (mensen vinden diefstal slecht/het is niet toegestaan). Het waarschuwbord met de injunctieve norm leidde tot minder diefstal dan het waarschuwbord met de descriptieve norm. Het bord met de descriptieve norm leidde zelfs tot meer diefstal (Goldstein et al., 2008).

Uit een experiment naar gezonde voedingskeuzes bleek dat respondenten gezondere voedingskeuzes maakten als zij waren blootgesteld aan een boodschap met descriptieve norm dan dat zij waren blootgesteld aan een boodschap zonder sociale norm. Bij een boodschap met injunctieve norm was er geen sprake van dit effect (Mollen et al., 2013).

Volgens Renes et al. (2011) heeft een injunctieve norm in een communicatieboodschap meer effect dan een descriptieve norm in een context waarbij het gewenste gedrag niet wordt vertoond door de meerderheid van de mensen. Het verwerken van een descriptieve norm in een wervingscampagne met betrekking tot bloeddonatie levert

niet het gewenste effect op (Renes et al. (2011)). De focus moet niet gelegd worden op de descriptieve norm (bijvoorbeeld: 'De meeste Nederlanders doneren geen bloed'), maar op de injunctieve norm (bijvoorbeeld: 'Nederlanders vinden bloeddonatie belangrijk'). Hierdoor kan worden voorkomen dat het ongewenste gedrag wordt overgenomen door anderen.

Geconcludeerd kan worden dat de onderzoeken geen eenduidig antwoord geven op de vraag welke sociale norm het best verwerkt kan worden in een boodschap ter promotie van bloeddonatie. In de context van bloeddonatie ontbreken bevindingen over het verschil in effectiviteit tussen de descriptieve en injunctieve norm. Het huidige onderzoek toetst de effectiviteit van een descriptieve norm in een boodschap ter promotie van bloeddonatie tegenover de effectiviteit van een injunctieve norm in eenzelfde boodschap op de gedragsintentie tot bloeddonatie onder niet-donoren. Het huidige onderzoek schept mogelijk meer duidelijkheid over sociale normen in de context van bloeddonatie en welke sociale norm het meest effectief is.

Huidig onderzoek

Om jaarlijks het leven van 25.000 Nederlanders te kunnen blijven redden met behulp van bloeddonatie, zal het aantal bloeddonoren in de toekomst moeten toenemen. Bloeddonoren kunnen worden geworven door middel van wervingsboodschappen. Uit eerder onderzoek is gebleken dat de determinanten van de *Theorie van Gepland Gedrag* (attitude, waargenomen norm en zelfeffectiviteit) goede items zijn om de gedragsintentie te voorspellen van niet-bloeddonoren (Ajzen, 1991). Daarnaast is uit de literatuur gebleken dat het verwerken van een sociale norm (descriptief versus injunctief) in een boodschap kan zorgen voor een gewenste impact op gedrag (Cialdini, Reno, & Kallgren, 1991). Aan de hand van deze bevindingen lijkt het raadzaam om sociale normen te verwerken in communicatieboodschappen ter promotie van bloeddonatie, zodat mogelijk een intentie tot bloeddonatie of een sterkere intentie tot bloeddonatie gecreëerd kan worden bij niet-donoren. Aangezien bevindingen over het effect van normcommunicatie (descriptief versus injunctief) op de gedragsdeterminanten van de *Theorie van Gepland Gedrag* in de context van bloeddonatie onder niet-donoren ontbreken, is de volgende onderzoeksvraag geformuleerd:

‘Wat is het effect van normcommunicatie (descriptief vs. injunctief) op de attitude, subjectieve norm, zelfeffectiviteit en intentie met betrekking tot bloeddonatie onder niet-donoren?’

Uit diverse onderzoeken blijkt dat er een positiever effect optreedt op gedragsverandering wanneer normcommunicatie wordt toegepast dan wanneer communicatie zonder sociale normen wordt toegepast (Larimer, Turner, Mallet, & Geisner, 2014; Goldstein et al., 2008; Mollen, Rimal, Ruiters, Jang, & Kok, 2013; Mollen, Rimal, Ruiters, & Kok, 2013; Schultz, Nolan, Cialdini, Goldstein, & Griskevicius, 2008). Ervan uitgaande dat in de context van bloeddonatie sprake is van hetzelfde positieve effect wat betreft gedragsverandering wanneer normcommunicatie wordt toegepast ten opzichte van communicatie zonder sociale normen zijn de volgende hypothesen opgesteld:

H1. Het inzetten van normcommunicatie in een boodschap ter promotie van bloeddonatie leidt tot een positievere attitude om bloed te doneren onder niet-donoren dan het inzetten van communicatie zonder norm.

H2. Het inzetten van normcommunicatie in een boodschap ter promotie van bloeddonatie leidt tot een sterkere subjectieve norm om bloed te doneren onder niet-donoren dan het inzetten van communicatie zonder norm.

H3. Het inzetten van normcommunicatie in een boodschap ter promotie van bloeddonatie leidt tot een grotere mate van zelfeffectiviteit om bloed te doneren onder niet-donoren dan het inzetten van communicatie zonder norm.

H4. Het inzetten van normcommunicatie in een boodschap ter promotie van bloeddonatie leidt tot een sterkere intentie om bloed te doneren onder niet-donoren dan het inzetten van communicatie zonder norm.

Om sociale normen zo effectief mogelijk te kunnen verwerken in een communicatieboodschap ter promotie van bloeddonatie, is het van belang om te onderzoeken welke sociale norm (descriptief versus injunctief) effectiever is. De literatuur laat verschillende resultaten zien; wat betreft het tegengaan van houtdiefstal is de injunctieve norm effectiever (Goldstein et al., 2008). In de context van bloeddonatie

ontbreken bevindingen over de effectiviteit van de descriptieve versus injunctieve norm. Om deze reden zijn de volgende deelvragen geformuleerd:

1. In hoeverre leidt een boodschap ter promotie van bloeddonoratie met een norm (descriptief versus injunctief) tot een positievere attitude ten opzichte van bloeddonoratie onder niet-donoren?
2. In hoeverre leidt een boodschap ter promotie van bloeddonoratie met een norm (descriptief versus injunctief) tot een sterkere waargenomen subjectieve norm over bloeddonoratie onder niet-donoren?
3. In hoeverre leidt een boodschap ter promotie van bloeddonoratie met een norm (descriptief versus injunctief) tot een grotere mate van zelfeffectiviteit met betrekking tot bloeddonoratie onder niet-donoren?
4. In hoeverre leidt een boodschap ter promotie van bloeddonoratie met een norm (descriptief versus injunctief) tot een sterkere intentie om bloed te doneren onder niet-donoren?

Methode

Design

In dit experiment waren drie niveaus van de onafhankelijke variabele Normcommunicatie (boodschap zonder norm, boodschap met descriptieve norm en boodschap met injunctieve norm) verdeeld in een tussenproefpersoonontwerp. De afhankelijke variabelen waren: subjectieve norm, attitude, zelfeffectiviteit en intentie. Elke proefpersoon is random blootgesteld aan één niveau van de onafhankelijke variabele.

Proefpersonen

De proefpersonen in dit onderzoek bestonden uitsluitend uit niet-bloeddonoren in de leeftijd van 18 jaar of ouder. Er is gekozen om respondenten vanaf 18 jaar te bevragen, aangezien een persoon vanaf het 18^e levensjaar bloed mag doneren (Sanquin, n.d.).

In totaal waren er 161 respondenten voor het onderzoek waarvan 37 respondenten later uit de dataset zijn gehaald, aangezien zij niet voldeden aan het voorschrift dat men tijdens de deelname aan het onderzoek geen bloeddonor mocht zijn, de vragenlijst niet volledig hadden ingevuld of beide controlevragen fout hadden beantwoord. Na verwijdering

van deze respondenten, hebben in totaal 124 personen deelgenomen. Van deze 124 respondenten was 30.6% man en 69.4% vrouw. De gemiddelde leeftijd van de respondenten was 25 jaar ($M = 24.84$, $SD = 8.38$), met een minimale leeftijd van 18 en een maximale leeftijd van 59 jaar. Van de 124 respondenten had 2.4% een vmbo opleiding genoten, 13.7% een havo opleiding genoten, 16.1% een vwo opleiding genoten, 12.9% een mbo opleiding genoten, 36.3% een hbo opleiding genoten, 11.3% een wo bachelor genoten en 7.3% een wo master genoten.

De respondenten werden in Qualtrics random toegewezen aan conditie 1: boodschap zonder norm, conditie 2: boodschap met descriptieve norm of conditie 3: boodschap met injunctieve norm. Om te toetsen of er verschillen waren in de verdeling tussen de groepen werd een chi-kwadraat toets voor de variabelen geslacht en opleidingsniveau en een eenweg variantie-analyse voor de variabele leeftijd uitgevoerd.

Uit de χ^2 -toets tussen Conditie (oftewel: Normcommunicatie) en Gender bleek geen verband te bestaan ($\chi^2 (2) = 5.07$, $p = .079$). Daarnaast bleek uit de χ^2 -toets tussen Conditie en Opleidingsniveau tevens geen verband te bestaan ($\chi^2 (12) = 13.90$, $p = .307$). Tenslotte bleek uit de eenweg variantie-analyse van Conditie op Leeftijd geen significant hoofdeffect van Conditie ($F (2, 121) = 1.48$, $p = .232$). Dit betekent dat de verdeling van geslacht, opleidingsniveau en leeftijd gelijk verdeeld was over de drie groepen. Mogelijke verschillen in resultaten tussen de drie groepen zijn dan ook niet toe te schrijven aan de demografische kenmerken van de respondenten.

Materiaal

In dit onderzoek was één onafhankelijke variabele opgenomen van nominaal meetniveau, namelijk Normcommunicatie bestaande uit drie niveaus: boodschap zonder norm, boodschap met de descriptieve norm en boodschap met de injunctieve norm. De basis van het stimulusmateriaal voor dit onderzoek bestond uit een fictieve tekst waarin het onderwerp bloeddonatie centraal stond. De inhoud van de teksten was informatief en semi-persuasief. In de tekst werd vermeld hoeveel Nederlandse mensenlevens jaarlijks worden gered dankzij bloeddonatie, voor welke doeleinden bloed zoal wordt gebruikt en er werden contactgegevens vermeld van Sanquin en de donor-informatielijn. De teksten hadden vrijwel dezelfde lengte en werden gepresenteerd vanuit een onafhankelijke partij, dus niet vanuit Sanquin. Naast een versie van de tekst werd een afbeelding getoond van een man met de zin

‘Je kent hem niet, maar je kunt wel zijn leven redden.’ Deze afbeelding is willekeurig gekozen en dient puur ter ondersteuning van de tekst. Raadpleeg bijlage 1 voor de stimuli.

Het enige verschil tussen de teksten was dat in de eerste versie van de tekst geen norm verwerkt was (conditie 1), in de tweede versie van de tekst een descriptieve norm verwerkt was (conditie 2) en in de derde versie van de tekst een injunctieve norm verwerkt was (conditie 3). De descriptieve norm bestond uit twee zinnen: ‘De afgelopen jaren is het aantal geregistreerde bloeddonoren gestegen met 30%.’ en ‘Ruim 343.000 Nederlanders registreerden zich in de afgelopen jaren als bloeddonor’. In conditie 2 ligt de nadruk dus op de manier waarop vergelijkbare anderen zich daadwerkelijk gedragen in een bepaalde situatie, ongeacht of dat gedrag wordt goed- of afgekeurd door anderen. Het daadwerkelijke gedrag is in dit geval dat meer Nederlanders zich als bloeddonor registreren. De injunctieve norm bestond uit twee zinnen: ‘De grote meerderheid van de Nederlanders is al overtuigd van het belang van bloeddonatie.’ en ‘Meer dan 80% van de Nederlanders vindt het belangrijk dat er bloed wordt gedoneerd’. In conditie 3 ligt de nadruk dus op wat andere mensen goed- of afkeuren oftewel wat de algemene verwachting is van hoe men zich dient te gedragen. In dit geval staan Nederlanders positief tegenover bloeddonatie en bloeddonorschap wordt dan ook als iets positiefs gezien.

Instrumentatie

In dit onderzoek waren vier afhankelijke variabelen van interval meetniveau opgenomen die door middel van een vragenlijst bevestigd zijn in Qualtrics. De afhankelijke variabelen waren: subjectieve norm, attitude, zelfeffectiviteit en intentie. De afhankelijke variabelen werden bevestigd door middel van items gebaseerd op de items die staan beschreven in het boek van Hoeken, Hornikx en Hustinx (2012). Op zevenpunts Likertschalen dienden de participanten aan te geven in welke mate zij het eens waren met de stellingen die werden voorgelegd. Raadpleeg bijlage 2 voor de gehele vragenlijst.

Intentie werd gemeten aan de hand van vier items, gebaseerd op de items die staan beschreven in het boek van Hoeken et al. (2012). De participanten werden gevraagd op een 7-puntslikertschaal (1 = zeer mee oneens, 7 = zeer mee eens) aan te geven in welke mate zij het eens waren met de stellingen: 1 = “ik ben van plan om de komende tijd bloed te doneren”, 2 = “ik sta er voor open om bloed te doneren”, 3 = “ik ben bereid om binnenkort bloed te doneren” en 4 = “ik wil bloed gaan doneren”. Een hoge score op de items wees op

een hoge intentie tot bloeddonatie, behalve bij stelling 1 en 2. De antwoorden op stelling 1 en 2 werden later omgepoold. De betrouwbaarheid van Intentie ten opzichte van bloeddonatie bestaande uit vier items was twijfelachtig: $\alpha = .65$. Na verwijdering van stelling 2 werd de betrouwbaarheid acceptabel: $\alpha = .71$.

Zelfeffectiviteit werd gemeten aan de hand van vier items, gebaseerd op de items die staan beschreven in het boek van Hoeken et al. (2012). De participanten werden gevraagd op een 7-puntslikertschaal (1 = onwaar, 7 = waar) aan te geven in welke mate zij het eens waren met de stellingen: 1 = "ik ben er zeker van dat ik in staat ben om bloed te doneren", 2 = "of ik bloed ga doneren, heb ik volledig in eigen hand", 3 = "als ik echt bloed wil doneren, dan kan ik dat" en 4 = "er staat mij niets in de weg om bloed te doneren". Een hoge score wees op een hoge mate van zelfeffectiviteit met betrekking tot bloeddonatie, behalve bij stelling 1 en 2. De antwoorden op de eerste twee stellingen werden daarom later omgepoold. De betrouwbaarheid van Zelfeffectiviteit ten opzichte van bloeddonatie bestaande uit vier items was acceptabel: $\alpha = .70$.

Subjectieve norm werd gemeten aan de hand van drie items, gebaseerd op de items die staan beschreven in het boek van Hoeken et al. (2012). De participanten werden gevraagd op een 7-puntslikertschaal (1 = zeer mee oneens, 7 = zeer mee eens) aan te geven in welke mate zij het eens waren met de stellingen: 1 = "de meeste mensen die belangrijk voor mij zijn vinden dat ik bloed zou moeten doneren", 2 = "de meeste mensen aan wiens mening ik waarde hecht, zouden het waarderen als ik bloed zou doneren" en 3 = "als het gaat om bloeddonatie, dan wil ik doen wat aansluit bij de mening en voorkeur van de meeste mensen die belangrijk voor mij zijn". Een hoge score wees op een hoge subjectieve norm over bloeddonatie, behalve bij stelling 2. De antwoorden op deze stelling werden later omgepoold.

De betrouwbaarheid van Subjectieve norm ten opzichte van bloeddonatie bestaande uit drie items was onacceptabel: $\alpha = .30$. Dit betekent dat de drie items niet hetzelfde meten. Toch beschrijven Hoeken et al. (2012) dat de subjectieve norm wordt gemeten door items gericht op de perceptie wat belangrijke anderen vinden (item 1 en 2) in combinatie met de motivatie om hieraan te voldoen (item 3). Vandaar zijn alle drie de items individueel getoetst in de statistische analyses in plaats van tezamen als één variabele. Item 1 werd het 'Perceptie item' genoemd, aangezien bij dit item de focus lag op de perceptie van een persoon van wat belangrijke anderen vinden. Item 2 werd het 'Mening item' genoemd,

aangezien bij dit item de focus lag op de mening van anderen waar een persoon waarde aan hecht. Item 3 werd het 'Conformereren item' genoemd, aangezien bij dit item de focus lag op de motivatie tot conformeren ofwel de neiging om te voldoen aan datgene dat anderen vinden van een bepaald gedrag.

Attitude werd gemeten aan de hand van acht items, gebaseerd op de items die staan beschreven in het boek van Hoeken et al. (2012). De participanten werden gevraagd op een 7-puntslikertschaal aan te geven in welke mate zij het eens waren met de stellingen: "bloeddonatie vind ik ... 1 = goed – slecht, 2 = verstandig – onverstandig, 3 = nutteloos – nuttig, 4 = waardevol – waardeloos, 5 = onbelangrijk – belangrijk, 6 = negatief – positief, 7 = immoreel – moreel en 8 = nodig – onnodig". Een hoge score op de items wees op een positievere attitude ten opzichte van bloeddonatie, behalve bij stelling 1, 2, 4 en 8. De antwoorden op deze stellingen werden later omgepoold. De betrouwbaarheid van Attitude ten opzichte van bloeddonatie bestaande uit acht items was excellent: $\alpha = .91$.

Controle vragen

In de vragenlijst werden drie controlevragen gesteld, zodat achteraf kon worden geanalyseerd of de respondenten de vragen serieus hadden ingevuld. De eerste vraag was "Wat stond er net op de afbeelding?" met als antwoordmogelijkheden: "Vrouw", "Man" of "Beide". De tweede vraag was "Gingen de vragen over bloeddonatie of orgaandonatie?" met als antwoordmogelijkheden: "Bloeddonatie", "Orgaandonatie" of "Beide". De derde vraag was "Hoe lang was je bezig met het lezen van de tekst?" met als antwoordmogelijkheden: "Minder dan 10 seconden", "Ongeveer 1 tot 2 minuten" en "Een uur". De eerste en tweede controlevraag hadden betrekking op de inhoud, terwijl de derde controlevraag betrekking had op een subjectieve inschatting. Er is besloten na verzameling van de data de derde controlevraag niet mee te nemen in de analyse. De respondent diende hier een inschatting van tijd te maken en vervolgens een antwoordcategorie te kiezen die het beste aansloot bij het ingeschatte tijdsbestek. Achteraf gezien waren de drie antwoordcategorieën niet realistisch en was het verschil tussen de categorieën te groot.

Manipulatiecheck

Er is een manipulatiecheck uitgevoerd voor de descriptieve en injunctieve norm die afzonderlijk zijn verwerkt in een boodschap. Het ontwerp van de manipulatiecheck is

gebaseerd op Mollen (2013). De manipulatiecheck voor de descriptieve en injunctieve norm werd uitgevoerd om te bekijken of de normen werden aangenomen door de respondenten. De vraag die aan de respondenten werd gesteld om te meten in welke mate de descriptieve norm werd aangenomen was: "Hoeveel bloeddonoren denkt u dat er in Nederland zijn, die jaarlijks bloed doneren?". Respondenten konden hun antwoord baseren op de volgende antwoordcategorieën: "0 - 100.000", "100.000 – 200.000", "200.000 - 300.000", "300.000 – 400.000", "400.000 – 500.000" en "500.000 – 600.000". Het correcte antwoord bevond zich in de vierde antwoordcategorie "300.000 – 400.000", aangezien in de boodschap met de descriptieve norm werd vermeld dat jaarlijks 343.000 Nederlanders bloed doneren. Bij de manipulatiecheck van de injunctieve norm werd de participanten gevraagd op een 7-puntslikertschaal aan te geven in welke mate zij het eens waren met de genoemde stelling "De meeste Nederlanders vinden bloeddonatie goed, want je kunt er levens mee redden." De score liep van 1 = zeer mee oneens tot en met 7 = zeer mee eens.

Procedure

Het onderzoek vond plaats via een online vragenlijst, met behulp van de tool Qualtrics. De variabelen zijn in de volgende volgorde bevroegd: intentie, zelfeffectiviteit, subjectieve norm en attitude ten opzichte van bloeddonatie. Deze volgorde is aangehouden, zodat de vragen van een eerdere variabele zo min mogelijk de antwoorden van de daarop volgende variabele konden beïnvloeden. De wijze van sampling vond plaats door middel van convenience sampling en de sneeuwbaltechniek via de sociale media Facebook en WhatsApp. Een respondent was vrij om te kiezen in welke omgeving hij of zij de vragenlijst invulde. In de introductie van het onderzoek werd anonimiteit van de gegevens van de respondent gegarandeerd. Tevens werd meegedeeld dat de respondent vrijwillig deelnam en op elk moment tijdens het invullen van de vragenlijst de deelname kon stopzetten. Ten slotte werden in de introductie contactgegevens vermeld van personen waar de respondent contact mee kon opnemen als een respondent vragen en/of klachten had.

Na het lezen van de introductie en een klik op de knop 'Ik ga akkoord' werd er een vraag over bloeddonorschap en een vraag over leeftijd gesteld aan de respondent. Indien de respondent al bloeddonor en/of jonger dan 18 jaar was kreeg hij of zij een tekst te zien waarin werd vermeld dat de respondent niet voldeed aan de demografische gegevens die vereist waren om deel te mogen nemen aan het onderzoek. Daaropvolgend kreeg de

respondent één boodschap te zien, in conditie 1 (zonder norm), conditie 2 (met descriptieve norm) of conditie 3 (met injunctieve norm). Vervolgens werden drie controlevragen gesteld, vragen voorgelegd om de afhankelijke variabelen te meten en manipulatiecheckvragen gemeten. Aansluitend werd de respondent gevraagd een aantal demografische gegevens in te vullen. Aan het eind werd elke respondent de mogelijkheid geboden om zijn of haar e-mailadres in te vullen om kans te maken op een cadeaubon van bol.com, hierbij werd duidelijk vermeld dat het e-mailadres van de respondent enkel gebruikt zou worden voor verloting van de cadeaubon.

Statistische toetsing

In totaal zijn zes eenweg variantie-analyses uitgevoerd om te analyseren hoe de respondenten die de boodschap uit conditie 1, 2 of 3 te zien hebben gekregen scoorden op de items die behoorden tot de afhankelijke variabelen Attitude, Zelfeffectiviteit en Intentie, Subjectieve norm 1 = Perceptie item, Subjectieve norm 2 = Mening item en Subjectieve norm 3 = Conformereren item. Voor de items van de afhankelijke variabele Subjectieve norm werd dus voor ieder item een aparte eenweg variantie-analyse uitgevoerd. De items van de afhankelijke variabelen Attitude, Zelfeffectiviteit en Intentie zijn dus tezamen getoetst als één variabele.

Door middel van een Chi-kwadraat toets is geanalyseerd of er een verband bestaat tussen de antwoorden van de respondenten op de vraag behorend bij de descriptieve manipulatiecheck en de conditie waarin de respondenten de boodschap zagen. Door middel van een eenweg variantie-analyse werd de injunctieve manipulatiecheck vraag gemeten op Normcommunicatie als onafhankelijke variabele.

Resultaten

Manipulatiecheck: Descriptieve norm

Om te analyseren of de descriptieve norm werd aangenomen door de respondenten werd voor deze norm een manipulatiecheck uitgevoerd. Bij de descriptieve manipulatiecheck vraag werd de kennis over het aantal bloeddonoren in Nederland van de respondenten getoetst. De verwachting was dat de respondenten die de boodschap met de descriptieve norm te zien kregen relatief vaker het correcte antwoord gaven op de vraag dan de respondenten die de boodschap met de injunctieve norm te zien kregen en dan de

respondenten die de boodschap zonder norm te zien kregen. De gedachtegang hierbij was dat de descriptieve norm geactiveerd werd, zodra een respondent de norm (verwerkt in de boodschap) las. De descriptieve norm was verwerkt in conditie 2.

Uit de χ^2 -toets tussen de Descriptieve manipulatievraag en Normcommunicatie bleek een significant verband te bestaan ($\chi^2(2) = 9.07, p = .011$). Respondenten uit de groep die de descriptieve norm te zien kregen gaven relatief vaker het correcte antwoord (36.6%) en relatief minder vaak een incorrect antwoord (63.4%) vergeleken bij respondenten uit de controlegroep. Deze deelnemers gaven relatief minder vaak het correcte antwoord (12.2%), maar relatief vaker een incorrect antwoord (87.8%). Samenvattend kan worden geconcludeerd dat de manipulatiecheck niet helemaal geslaagd is. Respondenten die de conditie met de descriptieve norm zagen scoren wel het best, maar de score (wat betreft het correcte antwoord) is slechts 36.6%, terwijl een optimale score 100% is. Daarnaast gaven respondenten die de conditie met de descriptieve norm zagen net zo vaak het correcte antwoord als mensen die de conditie met de injunctieve norm zagen. Er bestaat wel een verschil tussen de percentages, maar het verschil is niet significant. De manipulatiecheck zou pas geslaagd zijn als de respondenten die de conditie met de descriptieve norm zagen significant vaker het correcte antwoord zouden hebben gegeven op de vraag dan de respondenten die de andere condities zagen. Tabel 1 geeft het percentage correcte en incorrecte antwoorden weer gegeven door respondenten uit de drie condities: zonder norm, met descriptieve norm en met injunctieve norm.

Tabel 1. De percentages van de correctheid van het antwoord van de Descriptieve manipulatiecheck op Normconditie.

		<i>Correct</i>	<i>Incorrect</i>
Descriptieve manipulatiecheck	Geen norm	12.2% ^a	87.8% ^a
	Descriptieve norm	36.6% ^b	63.4% ^b
	Injunctieve norm	14.3% ^{a,b}	85.7% ^{a,b}

Noot: het verschil in subscripten (a/b/a,b) tussen de condities betekent dat het verschil tussen die condities significant is. Het verschil tussen de conditie descriptieve norm en geen norm is dus significant. Het verschil tussen de conditie injunctieve norm en descriptieve norm is niet significant. Het verschil tussen de conditie injunctieve norm en geen norm is ook niet significant.

Manipulatiecheck: Injunctieve norm

Om te analyseren of de injunctieve norm werd aangenomen door de respondenten werd voor deze norm een manipulatiecheck uitgevoerd. Bij de injunctieve manipulatiecheck vraag werd getoetst in hoeverre respondenten het eens waren met de stelling “De meeste Nederlanders vinden bloeddonatie goed, want je kunt er levens mee redden” op een zevenspunts Likertschaal. De verwachting was dat de respondenten die de boodschap met de injunctieve norm te zien kregen relatief een hogere score gaven (dus 5/6/7) dan de respondenten die de boodschap met de descriptieve norm te zien kregen en dan de respondenten die de boodschap zonder norm te zien kregen. De gedachtegang hierbij was dat de injunctieve norm geactiveerd werd, zodra een respondent de norm (verwerkt in de boodschap) las. De descriptieve norm was verwerkt in conditie 3.

Uit een eenweg variantie-analyse van Normcommunicatie op Injunctieve manipulatievraag bleek geen significant hoofdeffect van Normcommunicatie ($F(2, 121) < 1$). De scores van de respondenten uit de drie condities verschillen dus niet significant van elkaar. Samenvattend kan worden geconcludeerd dat de manipulatiecheck niet geslaagd is. De manipulatiecheck zou pas geslaagd zijn als de respondenten die de conditie met de injunctieve norm zagen significant hoger zouden scoren dan de respondenten die de andere condities zagen. Tabel 2 geeft de gemiddelden en standaarddeviaties weer van de scores van de respondenten per conditie op de vraag om te meten in hoeverre de injunctieve manipulatiecheck werd aangenomen.

Tabel 2. De gemiddelden (M) en standaardafwijkingen (SD) van de Injunctieve manipulatiecheck van de drie condities: geen norm, descriptieve norm en injunctieve norm (1 = laag, 7 = hoog).

		N	M	SD
Injunctieve manipulatiecheck	Geen norm	41	5.89	.95
	Descriptieve norm	41	5.80	.98
	Injunctieve norm	42	5.93	.84

Afhankelijke variabelen

Uit een eenweg variantie-analyse van Normcommunicatie als onafhankelijke variabele (drie niveaus: geen norm, descriptieve norm en injunctieve norm) op Attitude als afhankelijke variabele bleek geen significant hoofdeffect van Normcommunicatie ($F(2, 121) < 1$).

Uit een eenweg variantie-analyse bleek tevens geen significant hoofdeffect van Normcommunicatie op Subjectieve norm item 1 Perceptie ($F(2, 121) = 2.77, p = .067$), op Subjectieve norm item 2 Mening ($F(2, 121) < 1$), op Subjectieve norm item 3 Conformereren ($F(2, 121) < 1$), op Zelfeffectiviteit ($F(2, 121) < 1$) en op Intentie ($F(2, 121) < 1$). Raadpleeg Tabel 3 voor de gemiddelden en standaarddeviaties van de afhankelijke variabelen.

Tabel 3. De gemiddelden (M) en standaarddeviaties (SD) van de afhankelijke variabelen Attitude, Subjectieve norm item 1 = Perceptie, Subjectieve norm item 2 = Mening en Subjectieve norm item 3 = Conformereren, Zelfeffectiviteit en Intentie van de respondenten uit de drie condities: geen norm, descriptieve norm en injunctieve norm (1 = laag, 7 = hoog).

		N	M	SD
Attitude	Geen norm	41	6.05	.69
	Descriptieve norm	41	5.86	1.26
	Injunctieve norm	42	5.80	1.43

Subjectieve norm	Geen norm	41	3.07	1.49
item 1 = Perceptie	Descriptieve norm	41	3.76	1.22
	Injunctieve norm	42	3.24	1.39
Subjectieve norm	Geen norm	41	4.20	1.49
item 2 = Mening	Descriptieve norm	41	4.32	1.35
	Injunctieve norm	42	4.07	1.37
Subjectieve norm	Geen norm	41	3.12	1.69
item 3 =	Descriptieve norm	41	3.02	1.64
	Injunctieve norm	42	3.00	1.43
Conformereren	Injunctieve norm	42	3.00	1.43
Zelfeffectiviteit	Geen norm	41	4.77	1.35
	Descriptieve norm	41	5.02	1.48
	Injunctieve norm	42	4.83	1.29
Intentie	Geen norm	41	3.58	1.13
	Descriptieve norm	41	3.76	1.34
	Injunctieve norm	42	3.63	1.55

Conclusie

In dit onderzoek is onderzocht wat het effect van normcommunicatie (descriptief versus injunctief) in een boodschap ter promotie van bloeddonoratie was op de attitude, subjectieve norm, zelfeffectiviteit en intentie met betrekking tot bloeddonoratie onder niet-donoren.

Normcommunicatie bleek geen effect te hebben op de attitude, subjectieve norm, zelfeffectiviteit en intentie met betrekking tot bloeddonoratie onder niet-donoren, waardoor de vier hypothesen verworpen zijn. Kortom, normcommunicatie leidde niet tot positievere resultaten met betrekking tot de afhankelijke variabelen dan communicatie zonder norm.

Ten tweede is aan de hand van vier deelvragen onderzocht welke sociale norm (descriptief of injunctief) het meest effectief is om niet-donoren aan te zetten tot bloeddonoratie. Uit de resultaten van het huidige onderzoek bleek er geen verschil in effectiviteit te bestaan tussen het communiceren van de descriptieve of injunctieve norm op de attitude, waargenomen subjectieve norm, zelfeffectiviteit en intentie. Kortom, bij het werven van bloeddonoren is het dus niet effectiever om een descriptieve norm te verwerken in een wervingstekst dan een injunctieve norm en andersom.

Discussie

Uit de resultaten van het huidige onderzoek is gebleken dat normcommunicatie geen effect heeft op de gedragsdeterminanten van de *Theorie van Gepland Gedrag*. De resultaten uit het huidige onderzoek zijn dan ook tegenstrijdig met de beschreven literatuur in de voorgaande hoofdstukken. Uit diverse onderzoeken bleek namelijk dat er een positiever effect optrad wat betreft gedragsverandering en gedragsintentie wanneer normcommunicatie werd toegepast dan wanneer communicatie zonder sociale normen werd toegepast (Larimer et al., 2014; Goldstein et al., 2008; Mollen, Rimal, Ruiters, Jang, & Kok, 2013; Mollen, Rimal, Ruiters, & Kok, 2013; Schultz et al., 2008). Verschillen in uitkomsten tussen het huidige onderzoek en eerder uitgevoerde onderzoeken naar het effect van normcommunicatie kunnen mogelijk verklaard worden door de complexiteit van het onderwerp. Als men energiebesparend gedrag, hergebruik van handdoeken en het tegengaan van houtdiefstal vergelijkt met bloeddonatie kan bloeddonatie mogelijk een complexer onderwerp zijn dan de overige typen gedrag. Een keuze om bloed te doneren zal mogelijk afhangen van meerdere factoren. Zo kan de keuze afhankelijk zijn van een naaldenfobie, de fysieke gezondheid of geloofsovertuiging.

Daarnaast kunnen verschillen in uitkomsten mogelijk verklaard worden door de tijdsduur waarop gedrag plaatsvindt, van de typen gedragingen die werden bestudeerd in de onderzoeken (Nolan et al., 2008; Goldstein, Cialdini, & Griskevicius, 2008; Goldstein, Martin, & Cialdini, 2008). Als iemand zich aanmeldt als donor en bloed doneert heeft dat betrekking op gedrag dat op de lange termijn plaatsvindt, terwijl de beschreven studies zich focussen op gedrag dat op korte termijn plaatsvindt, zoals hergebruik van handdoeken. Dit verschil in tijdsduur waarop het gedrag plaatsvindt kan mogelijk verklaren dat in de ene situatie sprake is van een effect van normcommunicatie, terwijl in de andere situatie een effect uitblijft. Ten slotte kunnen verschillen in uitkomsten mogelijk verklaard worden door het feit dat in voorgaande onderzoeken daadwerkelijk gedrag werd gemeten, terwijl in het huidige onderzoek gedragsintentie werd gemeten.

Implicaties

Verschillen in uitkomsten tussen het huidige onderzoek en eerder uitgevoerd onderzoeken naar het effect van normcommunicatie kunnen mogelijk te wijten zijn aan de norm die is verwerkt in het stimulusmateriaal. Uit de resultaten van het huidige onderzoek is gebleken

dat de manipulatie van de descriptieve norm niet helemaal geslaagd is. Ondanks dat de respondenten die waren blootgesteld aan de descriptieve norm, het best scoorden op de descriptieve manipulatiecheck vraag, was de score (wat betreft het correcte antwoord) slechts 36.6%. Dit is een relatief lage score ten opzichte van een optimale score van 100%. Dat wil zeggen dat de respondenten die blootgesteld waren aan de descriptieve norm dus niet super sterk gescoord hebben op de vraag. Daarnaast gaven respondenten die waren blootgesteld aan de descriptieve norm net zo vaak het correcte antwoord als respondenten die waren blootgesteld aan de injunctieve norm. Er bestaat een verschil percentage, maar het verschil is niet significant. De manipulatiecheck zou pas geslaagd zijn als de respondenten die de conditie met de descriptieve norm zagen significant vaker het correcte antwoord zouden hebben gegeven op de vraag dan de respondenten die de andere condities zagen. Dit impliceert dat de descriptieve norm veel duidelijker/sterker gecommuniceerd had moeten worden. Het is aan te raden om de descriptieve norm met meer dan twee zinnen te beschrijven.

Ook over de injunctieve manipulatiecheck vraag kunnen twijfels worden uitgesproken. De respondenten uit de groep met de injunctieve norm scoorden niet hoger op de vraag dan de respondenten uit de groep die de boodschap zonder norm te zien kregen en de respondenten uit de groep die de boodschap met de descriptieve norm te zien kregen. Ondanks dat een significant hoofdeffect uitblijft, scoren de respondenten uit alle drie de groepen erg hoog op de bijbehorende vraag van de injunctieve norm. Hieruit blijkt dat de injunctieve manipulatiecheck vraag mogelijk beantwoord kon worden aan de hand van algemene kennis; voor een respondent kan het logisch zijn dat de meeste Nederlanders bloeddonatie iets goeds vinden. Een respondent hoefde niet persé informatie uit de tekst te halen om de vraag te kunnen beantwoorden. Voor vervolgonderzoek is het advies om de injunctieve manipulatiecheck zodanig te formuleren dat de vraag alleen beantwoord kan worden met behulp van informatie uit de tekst. Een aanpassing van deze manipulatievraag kan ertoe leiden dat enkel respondenten die een tekst lezen met daarin de injunctieve norm het juiste antwoord geven, met als gevolg dat de manipulatie kan slagen.

De uitkomsten van zowel de descriptieve manipulatiecheck vraag als de uitkomsten van de injunctieve manipulatiecheck vraag laten zien dat beide normen waarschijnlijk niet geactiveerd zijn. Dit kan mogelijk worden toegewezen aan het feit dat de normen niet saillant genoeg verwerkt zijn in de teksten. Literatuur suggereert dat normen pas werken

indien ze saillant (opvallend) zijn. Daarnaast is het effectief om een norm in slechts twee zinnen te communiceren (Bator, Tabanico, Walton, & Schultz, 2013). Uit een onderzoek naar computergebruik blijkt dat computers en monitors significant vaker worden uitgeschakeld als ten eerste een klein bord in de ruimte staat waarop is geschreven dat een persoon de computer en machine af moet sluiten voor vertrek en ten tweede veel andere computers en monitors in de ruimte daadwerkelijk waren uitgeschakeld (Bator et al., 2013). Deze laatste bevinding impliceert dat het huidige onderzoek naar bloeddonatie wellicht beter uitgevoerd had kunnen worden in een omgeving waarin een respondent het gedrag direct had kunnen waarnemen. Denk hierbij bijvoorbeeld aan een context waarin voorafgaand aan het invullen van de vragenlijst een filmpje wordt getoond aan een respondent waarin mensen bloed doneren. Mogelijk kan een directe waarneming van het feit dat personen bloed doneren een positieve invloed uitoefenen op de perceptie van een persoon om ook bloed te doneren.

Wat betreft de injunctieve manipulatiecheck blijkt dat de respondenten die hebben deelgenomen aan het onderzoek hoog scoorden op de bijbehorende vraag van de injunctieve norm. Dit betekent dat de respondenten mogelijk al overtuigd waren van het nut van bloeddonatie, waardoor zij niet overtuigd zijn geraakt van het nut van bloeddonatie door activatie van de injunctieve norm. Het is zinvol om in vervolgonderzoek voorafgaand aan het onderzoek vast te stellen hoe respondenten tegen het onderwerp bloeddonatie aankijken. In de tekst die wordt voorgelegd moet een standpunt worden ingenomen die in het non-commitmentgebied van de respondenten valt, zodat de respondenten het nog niet onderschrijven, maar evenmin verwerpen (Hoeken et al., 2012). Indien blijkt dat respondenten bloeddonatie voorafgaand aan het onderzoek al belangrijk vinden, kan beter de focus worden gelegd op andere normen.

In een van de teksten die werd voorgelegd aan respondenten is een descriptieve norm verwerkt bestaande uit twee zinnen: 'het aantal geregistreerde bloeddonoren is de afgelopen jaren gestegen met 30%' en 'ruim 343.000 Nederlanders registreerden zich de afgelopen jaren als bloeddonor'. Deze zinnen hebben betrekking op gedrag dat in het algemeen door Nederlanders wordt getoond, terwijl uit de literatuur blijkt dat donoren in het eigen sociale netwerk een belangrijke rol kunnen spelen bij de werving van nieuwe donoren (Lemmens, 2009; Los, 2006). Het is dan ook van belang om in te spelen op het feit dat het gedrag van naasten mogelijk invloed uit kan oefenen op de perceptie van een persoon om dat gedrag ook uit te (gaan) voeren. In vervolgonderzoek kan beter worden

gecommuniceerd: 40% van de naasten in jouw omgeving, waaronder vrienden en burens, doneren bloed.

Bijdrage huidig onderzoek

Ondanks dat de bevindingen uit het huidige onderzoek niet in lijn zijn met de bevindingen uit andere onderzoeken naar het effect van normcommunicatie, vormen de bevindingen een basis voor vervolgonderzoek. Op basis van de resultaten van dit onderzoek kan de effectiviteit van sociale normen in boodschappen bij complexe onderwerpen en gedrag op de lange termijn in twijfel worden getrokken. Echter is het mogelijk dat in vervolgonderzoek wel een effect wordt gemeten van normcommunicatie na aanpassingen van de beperkingen van het huidige onderzoek. De beperkingen beïnvloeden mogelijk de resultaten van het huidige onderzoek. Na aanpassing van de beperkingen dient nogmaals onderzoek verricht te worden naar het effect van normcommunicatie (descriptief versus injunctief) op de attitude, subjectieve norm, zelfeffectiviteit en intentie om bloed te doneren bij niet-donoren. Vervolgonderzoek dient aan te tonen of er geen effect bestaat van het communiceren van sociale normen in een boodschap op het gebied van bloeddonatie of dat de beperkingen van het huidige onderzoek de resultaten hebben beïnvloed. Deze informatie kan bijdragen aan het ontwikkelen van optimale wervingsboodschappen voor bloeddonatie, zodat het tekort aan bloeddonoren in de toekomst kan worden teruggedrongen.

Referentielijst

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behaviour. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. doi: 10.1016/0749-5978(91)90020-T
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Social cognitive determinants of blood donation. *Journal of Applied Social Psychology*, 31(7), 1431-1457. doi: 10.1111/j.1559-1816.2001.tb02681.x
- Aronson, E., Wilson, T. D., & Akert, R. M. (2011). *Sociale Psychologie*. Amsterdam: Pearson Education Benelux bv.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman.
- Bandura, A. (1998). A health promotion perspective from the perspective of social cognitive theory. *Psychology and Health*, 13, 623-649.
- Bator, R. J., Tabanico, J. J., Walton, M. L., & Schultz, P. W. (2013). Promoting energy conservation with implied norms and explicit messages. *Social Influence*, 9 (1), 69-82. doi: 10.1080/15534510.2013.778213
- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2012). *Gezondheid en zorg in cijfers 2012*. Geraadpleegd op 20 maart 2018, van <https://www.cbs.nl/nl-nl/publicatie/2012/38/gezondheid-en-zorg-in-cijfers-2012>
- Cialdini, R. B., Kallgren, C. A., & Reno, R. R. (1990). 'A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce litter in public places'. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 1015-1026.
- Cialdini, R. B., Kallgren, C. A., & Reno, R. R. (1991). 'A focus theory of normative conduct: A theoretical refinement and re-evaluation of the role of norms in human behavior'. *Advances in Experimental Social Psychology*, 24, 201-234.
- De Beer, J., Giesbers, H., & Verweij, A. (2013). *Vergrijzing: wat zijn de belangrijkste verwachtingen voor de toekomst?* In: Volksgezondheid toekomst verkenning, nationaal kompas volksgezondheid. Bilthoven. RIVM.
- De Kort, W. (2010). *Handboek donormanagement*. Geraadpleegd op 24 februari 2018, van <https://europeanbloodalliance.eu/wp-content/uploads/2018/06/nl-handboek-donormanagement-part-1.pdf>
- Deutsch, M., & Gerard, H. B. (1955). A study of normative and informational social influences

- upon individual judgement. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 51, 629-636.
doi: 10.1037/h0046408
- Giles, M., & Cairns, E. (1995). Blood donation and Ajzen's theory of planned behaviour: an examination of perceived behavioural control. *British Journal of Social Psychology*, 34(2), 173-188.
- Giles, M., McClenahan, C., Cairns, E., & Mallet, J. (2004). An application of the theory of planned behaviour to blood donation: The importance of self-efficacy. *Health \ Education Research*, 19(4), 380-391. doi: 10.1093/her/cyg063
- Goldstein, N. J., Martin, S. J., & Cialdini, R. B. (2008). *Overtuigingskracht 50 geheimen van de psychologie van het beïnvloeden*. Amsterdam: Uitgeverij Nieuwezijds.
- Hoeken, H., Hornikx, J., & Hustinx, L. (2012). *Overtuigende teksten onderzoek en ontwerp*. Bussum: Uitgeverij Coutinho.
- Larimer, M. E., Turner, A. P., Mallett, K. A., & Geisner, I. M. (2014). Predicting Drinking Behavior and Alcohol-Related Problems Among Fraternity and Sorority Members: Examining the Role of Descriptive and Injunctive Norms. *Psychology of Addictive Behaviors*, 18, 203-212. doi: 10.1037/0893-164X.18.3.203
- Lemmens, K. P. H. (2009). *The systematic recruitment of new blood donors* (Proefschrift). Universiteit Maastricht, Maastricht.
- Lemmens, K. P. H., Abraham, C., Hoekstra, T., Ruiter, R. A. C., de Kort, W. L. A. M., Brug, J., & Schaalma, HP. (2005). Why don't young people volunteer to give blood? An investigation of the correlates of donation intentions among young donors. *Transfusion*, 45(6), 945-955. doi: 10.1111/j.15372995.2005.04379.x
- Los, A. P. M. (2006). *Sanquin en de donor in 2005. Onderzoek naar klanttevredenheid van de bloed- en plasmadonors*: Sanquin Bloedbank.
- Mollen, S., Rimal, R., Ruiter, R., Jang, S., & Kok, G. (2013). Intervening of interfering? The influence of injunctive and descriptive norms on intervention behaviors in alcohol consumption context. *Psychology and Health*, 28, 561-578. doi: 10.1080/08870466.2012.752827
- Mollen, S., Rimal, R. N., Ruiter, R. A., & Kok, G. (2013). Healthy and unhealthy social norms and food selection. Findings from a field-experiment. *Science Direct*, 65, 83-89. doi: 10.1016/j.appet.2013.01.020
- Nolan, J. M., Schultz, P. W., Cialdini, R. B., Goldstein, N. J., & Griskevicius, V. (2008).

- Normative social influence is underdetected. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34 (7), 913-923. doi: 10.1177/0146167208316691
- Renes, J. R., Van de Putte, B., Van Breukelen, R., Loef, J., Otte, M., & Wennekers, C. (2011). Vergroten effectiviteit campagnes. Geraadpleegd van <http://edepot.wur.nl/182073>
- Rijksoverheid. (2006). *Bijlage Ministerieel Plan Bloedvoorziening 2007. Een beleidsvisie voor de lange termijn*. Geraadpleegd op 22 maart 2018, van <https://www.rijksoverheid.nl/binaries/rijksoverheid/documenten/kamerstukken/2006/09/01/bijlage-ministerieel-plan-bloedvoorziening-2007/gmt-2708769tkc.pdf>
- Rijksoverheid. (2017). *Kamerbrief over het Ministerieel Plan Bloedvoorziening 2018-2020*. Geraadpleegd op 24 februari 2018, van <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2017/09/14/kamerbrief-over-het-ministerieel-plan-bloedvoorziening-2018-2020>
- Sanquin. (n.d.). *Corporate film "Bloed is leven"*. Geraadpleegd op 3 maart 2018, van <https://www.sanquin.nl/over-sanquin/>
- Sanquin. (n.d.). *Wat gebeurt er met mijn bloeddonatie?* Geraadpleegd op 3 maart 2018, van <https://www.sanquin.nl/bloed-geven/over-bloed/Wat-gebeurt-er-met-mijn-bloed/>
- Sanquin. (n.d.). *Over de bloedbank*. Geraadpleegd op 3 maart 2018, van <https://www.sanquin.nl/bloed-geven/over-de-bloedbank/>
- Sanquin. (n.d.). *Mag ik geven?* Geraadpleegd op 20 maart 2018, van <https://www.sanquin.nl/donor/mag-ik-bloed-geven/mag-ik-geven/?page=1&letter=&category=Medisch&q=leeftijd>
- Schavio, R. (2007). *Health Communication; From Theory to Practice*. San Francisco: Jossey Bass.
- Tiemeijer, W. L. (2011). *Hoe mensen keuzes maken. De psychologie van het beslissen*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Wood, R., & Bandura, A. (1989). Social cognitive theory of organizational management. *Academy of Management Review*, 14(3), 361-384.

Bijlage 1: Volledige uitwerking van de stimuli

Onderstaand worden de drie wervingsboodschappen weergegeven waar respondenten aan blootgesteld zijn. Afbeelding 1 weergeeft de wervingsboodschap zonder norm. Afbeelding 2 weergeeft de wervingsboodschap met de descriptieve norm en afbeelding 3 weergeeft de wervingsboodschap met de injunctieve norm.



Per jaar worden er 25.000 levens gered dankzij bloeddonatie. Met 1 donatie kunnen er al drie patiënten worden geholpen. Het bloed wordt ingezet voor verschillende doeleinden, zoals bij het helpen van kankerpatiënten, patiënten met brandwonden of mensen die zelf niet in staat zijn om rode bloedcellen aan te maken. Overweeg je zelf ook om bloeddonor te worden en/of wil je meer informatie? Ga dan naar Sanquin.nl of bel gratis de donor-informatielijn 0800-5115.

Afbeelding 1. Wervingsboodschap zonder norm



De afgelopen jaren is het aantal geregistreerde bloeddonoren gestegen met 30%. En terecht: per jaar worden er 25.000 levens gered dankzij bloeddonatie. Met 1 donatie kunnen er al drie patiënten worden geholpen. Het bloed wordt ingezet voor verschillende doeleinden, zoals bij het helpen van kankerpatiënten, patiënten met brandwonden of mensen die zelf niet in staat zijn om rode bloedcellen aan te maken. Ruim 343.000 Nederlanders registreerden zich in de afgelopen jaren al als bloeddonor, zodat de bloedvoorraad op peil gehouden kan worden. Overweeg je zelf ook om bloeddonor te worden en/of wil je meer informatie? Ga dan naar Sanquin.nl of bel gratis de donor-informatielijn 0800-5115.

Afbeelding 2. Wervingsboodschap met descriptieve norm



De grote meerderheid van de Nederlanders is al overtuigd van het belang van bloeddonatie. En terecht: per jaar worden er 25.000 levens gered dankzij bloeddonatie. Met 1 donatie kunnen er al drie patiënten worden geholpen. Het bloed wordt ingezet voor verschillende doeleinden, zoals bij het helpen van kankerpatiënten, patiënten met brandwonden of mensen die zelf niet in staat zijn om rode bloedcellen aan te maken. Meer dan 80% van de Nederlanders vindt het belangrijk dat er bloed wordt gedoneerd, zodat de bloedvoorraad op peil gehouden kan worden. Overweeg je zelf ook om bloeddonor te worden en/of wil je meer informatie? Ga dan naar Sanquin.nl of bel gratis de donor-informatielijn 0800-5115.

Afbeelding 3. Wervingsboodschap met injunctieve norm

Bijlage 2: Vragenlijst

Radboud Universiteit



U wordt uitgenodigd om mee te doen aan een onderzoek over bloeddonatie in Nederland. Dit onderzoek wordt uitgevoerd door Bachelor en Pre-master studenten Communicatie- en Informatiewetenschappen van de Radboud Universiteit Nijmegen.

Meedoen aan het onderzoek houdt in dat u een korte tekst leest waarna u een online vragenlijst invult. De vragen hebben betrekking op uw mening over bloeddonatie. Het invullen van de vragenlijst kost ongeveer 5 minuten.

De gegevens die we in dit onderzoek verzamelen, zullen gebruikt worden voor het schrijven van de Bachelorscriptie. Natuurlijk maken we deze gegevens volledig anoniem en bewaren we ze volgens de aan de Radboud Universiteit geldende regels. Uitgangspunt is dat de anoniem gemaakte data tenminste 10 jaar ten behoeve van de wetenschappelijke gemeenschap opvraagbaar zijn.

U doet vrijwillig mee aan dit onderzoek. Daarom kunt u op elk moment tijdens het invullen van de vragenlijst uw deelname stopzetten. Alle gegevens die we bij u verzameld hebben, worden dan definitief verwijderd. Als u graag verdere informatie over het onderzoek wilt hebben, nu of in de toekomst, kunt u contact opnemen met Linda Deckers: L.deckers@student.ru.nl.

Voor eventuele klachten over dit onderzoek kunt u contact opnemen met:
Margret van Beuningen, secretaris Ethische Toetsingscommissie Geesteswetenschappen Radboud Universiteit
m.vanbeuningen@let.ru.nl

Door te klikken op de knop 'ik ga akkoord' geeft u aan dat u de bovenstaande tekst heeft gelezen en vrijwillig meedoet aan het onderzoek. Hierna zult u worden doorverwezen naar de vragenlijst. Als u niet mee wilt doen aan het onderzoek, kunt u op de knop 'ik wil niet meedoen' klikken.

Ik ga akkoord

Ik wil niet meedoen



Bent u momenteel bloeddonor?

Ja

Nee

Bent u 18 jaar of ouder?

Ja

Nee



Op de volgende pagina krijgt u een tekst te zien. Daarna volgt een vragenlijst over uw mening met betrekking tot bloeddonatie. We verzoeken u om deze tekst en vragenlijst zorgvuldig door te lezen en de vragen individueel en naar waarheid te beantwoorden. Er zijn geen foute antwoorden.





**Je kent hem niet,
maar je kunt wel
zijn leven redden**

Per jaar worden er 25.000 levens gered dankzij bloeddonaatie. Met 1 donatie kunnen er al drie patiënten worden geholpen. Het bloed wordt ingezet voor verschillende doeleinden, zoals bij het helpen van kankerpatiënten, patiënten met brandwonden of mensen die zelf niet in staat zijn om rode bloedcellen aan te maken. Overweeg je zelf ook om bloeddonor te worden en/of wil je meer informatie? Ga dan naar Sanquin.nl of bel gratis de donor-informatielijn 0800-5115.

Als u de tekst heeft gelezen, vul dan onderstaand nummer in in het tekstveld en klik vervolgens op >> om verder te gaan naar de vragen.

Nummer: 1



**Je kent hem niet,
maar je kunt wel
zijn leven redden**

De afgelopen jaren is het aantal geregistreerde bloeddoren gestegen met 30%. En terecht: per jaar worden er 25.000 levens gered dankzij bloeddonaatie. Met 1 donatie kunnen er al drie patiënten worden geholpen. Het bloed wordt ingezet voor verschillende doeleinden, zoals bij het helpen van kankerpatiënten, patiënten met brandwonden of mensen die zelf niet in staat zijn om rode bloedcellen aan te maken. Ruim 343.000 Nederlanders registreerden zich in de afgelopen jaren als bloeddonor, zodat de bloedvoorraad op peil gehouden kan worden. Overweeg je zelf ook om bloeddonor te worden en/of wil je meer informatie? Ga dan naar Sanquin.nl of bel gratis de donor-informatielijn 0800-5115.

Als u de tekst heeft gelezen, vul dan onderstaand nummer in in het tekstveld en klik vervolgens op >> om verder te gaan naar de vragen.

Nummer: 2



**Je kent hem niet,
maar je kunt wel
zijn leven redden**

De grote meerderheid van de Nederlanders is al overtuigd van het belang van bloeddonaatie. En terecht: per jaar worden er 25.000 levens gered dankzij bloeddonaatie. Met 1 donatie kunnen er al drie patiënten worden geholpen. Het bloed wordt ingezet voor verschillende doeleinden, zoals bij het helpen van kankerpatiënten, patiënten met brandwonden of mensen die zelf niet in staat zijn om rode bloedcellen aan te maken. Meer dan 80% van de Nederlanders vindt het belangrijk dat er bloed wordt gedoneerd, zodat de bloedvoorraad op peil gehouden kan worden. Overweeg je zelf ook om bloeddonor te worden en/of wil je meer informatie? Ga dan naar Sanquin.nl of bel gratis de donor-informatielijn 0800-5115.

Als u de tekst heeft gelezen, vul dan onderstaand nummer in in het tekstveld en klik vervolgens op >> om verder te gaan naar de vragen.

Nummer: 3

Nu komen er 3 vragen over de voorgaande tekst.

Wat stond er net op de afbeelding?

Vrouw

Man

Beide

Gingen de vragen over bloeddonatie of orgaandonatie?

Bloeddonatie

Orgaandonatie

Beide

Hoe lang was je bezig met het lezen van de tekst?

Minder dan 10 seconden

Ongeveer 1 tot 2 minuten

Een uur



Nu volgen enkele vragen over bloeddonatie. Er is geen juist of onjuist antwoord, het gaat om uw mening en opvattingen.

Ik ben van plan om de komende tijd bloed te doneren.

Zeet mee eens					Zeet mee oneens	
1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ik sta er voor open om bloed te doneren.

Zeet mee eens					Zeet mee oneens	
1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ik ben bereid om binnenkort bloed te doneren.

Zeet mee oneens					Zeet mee eens	
1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ik wil bloed gaan doneren.

Zeet mee oneens					Zeet mee eens	
1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Ik ben er zeker van dat ik in staat ben om bloed te doneren.

Waar						Onwaar
1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Of ik bloed ga doneren, heb ik volledig in eigen hand.

Waar						Onwaar
1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Als ik echt bloed wil doneren, dan kan ik dat.

Onwaar						Waar
1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Er staat mij niets in de weg om bloed te doneren.

Onwaar						Waar
1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



De meeste mensen die belangrijk voor mij zijn vinden dat ik bloed zou moeten doneren.

Ze
er mee oneens

Ze
er mee eens

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

De meeste mensen aan wiens mening ik waarde hecht, zouden het waarderen als ik bloed zou doneren.

Ze
er mee eens

Ze
er mee oneens

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Als het gaat om bloeddonatie, dan wil ik doen wat aansluit bij de mening en voorkeur van de meeste mensen die belangrijk voor mij zijn.

Ze
er mee oneens

Ze
er mee eens

1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Bloeddonatie is

	1	2	3	4	5	6	7	
Onbelangrijk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Belangrijk
Negatief	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Positief
Waardevol	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Waardeloos
Goed	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Slecht
Nodig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Onnodig
Nutteloos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Nuttig
Immoreel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Moreel
Verstandig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Onverstandig



Hoeveel bloeddonoren denkt u dat er in Nederland zijn, die jaarlijks bloed doneren?

- 0 - 100.000
- 100.000 - 200.000
- 200.000 - 300.000
- 300.000 - 400.000
- 400.000 - 500.000
- 500.000 - 600.000

De meeste Nederlanders vinden bloeddonatie goed, want je kunt er levens mee redden.

Zeet mee oneens					Zeet mee eens	
1	2	3	4	5	6	7
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Tot slot volgen nu enkele vragen over uzelf die niet met bloeddonatie te maken hebben.

Wat is uw leeftijd?

Wat is uw geslacht?

Man

Vrouw

Anders

Wat is uw hoogst genoten afgeronde opleiding?

basisschool

vmbo

havo

vwo

mbo

hbo

wo bachelor

wo master

Anders



Hartelijk dank voor deelname aan dit onderzoek. Voor vragen mail naar Linda Deckers: L.Deckers@student.ru.nl.
Voor klachten mail naar Margret van Beuningen, secretaris Ethische Toetsingscommissie Geesteswetenschappen
Radboud Universiteit: m.vanbeuningen@let.ru.nl.

Wilt u kans maken op een cadeaubon van bol.com ter waarde van €15,-?

Ja

Nee



Laat uw e-mailadres achter om kans te maken op een bol.com cadeaubon ter waarde van 15 euro. Uw e-mailadres wordt alleen gebruikt voor de verloting van de cadeaubon. De vragenlijst zal volledig anoniem geanalyseerd worden.



Dit is het einde van de vragenlijst. Bedankt voor uw deelname aan dit onderzoek! Met deze vragenlijst onderzoeken wij de effectiviteit van normcommunicatie op de bereidheid om bloeddonor te worden en de intentie om bloed te doneren. Iedere deelnemer heeft willekeurig een tekst gekregen waarin een vorm van normcommunicatie is verwerkt. De teksten die gebruikt zijn in dit onderzoek zijn geheel fictief.