

Het effect van metafoorgebruik in het probleem en de oplossing in gezondheidsboodschappen op de attitude van condoomgebruik gericht op het voorkomen van seksueel overdraagbare aandoeningen

The effect of using metaphors in the problem and solution of health messages on the attitude regarding condom use in order to prevent sexually transmitted diseases

Valerie Pichel

s4251121

Valerie.pichel@student.ru.nl

Dr. W.G. Reijnerse

Bachelorscriptie

Thema 6: Metaforen in wetenschapscommunicatie

7 juni 2019

Radboud Universiteit Nijmegen

Aantal woorden: 7.129

Inleiding

In maart 2019 zijn voor de eerste keer twee patiënten mogelijk genezen van het humaan immunodeficiëntievirus (hiv), dit heeft kunnen gebeuren vanwege een speciale stamceltransplantatie. Het hiv-virus kan men krijgen door onveilig geslachtsgemeenschap, ofwel seks zonder condoom (NOS, 2019).

Seksueel overdraagbare aandoeningen (SOA), waaronder HIV, vormen wereldwijd een belangrijk gezondheidsrisico (Mevissen, Ruiters, Meertens, Zimbile & Schaalma, 2011). In Nederland is het aantal seksueel overdraagbare aandoeningen de afgelopen decennia toegenomen, vooral onder jongvolwassenen. Deze risicogroep bestaat uit mannen en vrouwen onder de 25 jaar. Chlamydia is in deze groep de meest voorkomende soa. Bij mannen die seks hebben met iemand van hetzelfde geslacht, werd gonorrhoe het vaakst gediagnosticeerd (Visser et al., 2018). De beste manier om soa's te voorkomen, is door veilig te vrijen met bijvoorbeeld een condoom (Mevissen et al., 2011).

Gezondheidscommunicatie speelt een belangrijke rol in het bevorderen van veilig vrijen. Gezondheidsprofessionals kunnen gebruikmaken van persuasieve berichten om gedragsverandering te stimuleren. Er bestaat nog een aanzienlijke ruimte voor verbetering in het effectiever en overtuigender maken van persuasieve boodschappen in communicatie over preventiegedrag (Landau, Arndt & Cameron, 2018).

Een benadering in de gezondheidscommunicatie, die volgens Sopory (2008) onvoldoende aandacht heeft gekregen, is het gebruik van metaforen. In het hedendaagse leven is deze retorische stijlfiguur niet meer weg te denken. Sinds Lakoff en Johnson's boek *Metaphors we live by* (1980) is veel gewerkt aan theorievorming rondom metaforiek en zijn vele wetenschappers bezig geweest met het analyseren van metaforen. Tegenwoordig worden metaforen in veel domeinen gebruikt, waaronder in het gezondheidsdomein.

Metaforen worden veel gebruikt in gezondheidsboodschappen, omdat door metafoorgebruik mensen overtuigd kunnen worden om een bepaalde houding aan te nemen ten aanzien van gedrag gerelateerd aan de gezondheid, of om dat gedrag uit te voeren (Landau et al., 2018). Met behulp van metaforen kunnen abstracte zaken concreet worden gemaakt, wat op het gebied van gezondheid erg belangrijk is. Metaforen helpen zo namelijk om gecompliceerde medische termen begrijpelijker te maken voor de patiënten (Scherer, Scherer & Fagerlin, 2015; Landau et al., 2018).

In het gezondheidsdomein kunnen metaforen effect hebben op het preventiegedrag van een persoon. Het gebruik van metaforen leidde bijvoorbeeld tot een verhoogde gedragsintentie van participanten om zich in te smeren tegen de zon ten opzichte van een tekst met letterlijk

taalgebruik (Landau et al., 2018). Daarentegen vonden Van Stee, Noar, Grant Harrington en Grant (2018) dat gezondheidsboodschappen ten aanzien van het promoten van condoomgebruik met letterlijk taalgebruik leidden tot een groter effect op gedragsintentie tot het gebruiken van een condoom tijdens het vrijen dan berichten met metaforen. Tevens bleek dat berichten met letterlijk taalgebruik leidden tot een grotere verandering in attitude dan berichten met een metafoor ten aanzien van het gebruiken van een condoom tijdens het vrijen (Van Stee et al., 2018). Dit impliceert dat nog meer onderzoek naar metaforen ten aanzien van preventiegedrag in het gezondheidsdomein nodig is.

Het huidige onderzoek gaat verder in op de effecten van metafoorgebruik op attitude gericht op preventiegedrag¹. Het preventiegedrag omvat condoomgebruik ten opzichte van het voorkomen van seksueel overdraagbare aandoeningen.

¹ Dit onderzoek liep parallel aan een andere studie die de gedragsintentie ten aanzien van condoomgebruik gericht op het voorkomen van soa's bestudeerde. Voor beide onderzoeken is dezelfde survey gebruikt.

Theoretisch kader

Framen met metaforen

Framing is het communiceren van een boodschap met bepaalde woorden en beelden binnen een bepaald denkkader en waarbij andere informatie bewust niet wordt gecommuniceerd (Entman, 1993). In het hedendaagse leven komen frames overal voor, ook in de media. De media plaatsen nieuws en de toebehorende informatie in een bepaald frame, waardoor het publiek op een bepaalde manier gaat denken (Goffman, 1974). Door het gebruiken van frames krijgt de ontvanger van de boodschap bepaalde visies, ofwel denkbeelden, mee, terwijl andere denkbeelden buiten beeld blijven (Van Gorp, 2006). Niet alleen de media maken gebruik van framing, ook in andere communicatie, zoals face-to-face communicatie, wordt informatie in een bepaalde context geplaatst. Op deze manier wordt duidelijk gemaakt hoe deze informatie geïnterpreteerd moet worden (Cissel, 2012).

Een onderdeel van framing is metaforiek, ofwel metaforische framing. Metaforische framing omvat het zenden van informatie door middel van metaforen. Met behulp van metaforen kunnen boodschappen beter in het hoofd van de mens geplaatst worden. Metaforen hebben namelijk het vermogen om gedachten en redentatie te sturen, wat metaforiek geschikt maakt voor het framen van boodschappen (Reijnierse, Burgers, Krennmayr & Steen, 2015).

Lakoff en Johnson (1980) kunnen beschouwd worden als de stichters van de hedendaagse opvatting over metaforen. Zij zien metaforen als het begrijpen en ervaren van een abstract concept dat beschreven is met andere termen. De twee psychologen gaan in op het begrijpen van een abstract concept wat door middel van andere termen begrijpelijk gemaakt wordt (Lakoff & Johnson, 1980). In feite hebben de twee termen niks gemeen, maar ze kunnen wel met elkaar vergeleken worden. De nadruk wordt hierbij gelegd op de belangrijke aspecten van het abstracte concept en op deze manier wordt minder aandacht besteed aan de minder belangrijke aspecten. Een voorbeeld hiervan is 'de zon' als abstract concept en deze wordt gezien als 'vijand die je aanvalt', dit is het concrete concept. De zonnebrandcrème, als abstracte term, wordt hierbij als 'harnas' genoemd, concrete term, en deze beschermt je tegen 'de vijand' (Landau et al., 2018). Het concrete en abstracte concept worden ook wel bron- en doeldomein genoemd. Met het brondomein wordt het concrete concept bedoeld en het doeldomein omvat het abstracte concept (Lakoff & Johnson, 1980).

Effect van metaforen

Met behulp van metaforen kunnen boodschappen persuasiever gemaakt worden (Landau et al., 2018). Uit eerder onderzoek (Read, Cesa, Jones & Collins, 1990) bleek dat deze persuasieve

kracht te danken is aan het grote organiserende vermogen van metaforen. Concreet kunnen mensen beter betekenis geven aan de inhoud van berichten die een metafoor bevatten dan berichten zonder metafoor (Whaley, 1991; McQuarrie & Mick, 2003). Metaforen in een bericht kunnen de ontvanger van dat bericht op verschillende manieren beïnvloeden. Door het toepassen van figuurlijk taalgebruik kan de ontvanger het bericht levendiger, interessanter en aantrekkelijker vinden dan een tekst waar geen metaforen in gebruikt worden (Kreuz & Roberts, 1993). Tevens kunnen metaforen in een tekst ervoor zorgen dat de ontvanger de tekst beter begrijpt (Ortony, 1975). Metaforisch taalgebruik heeft dus vaak meer invloed op de ontvanger van de boodschap ten opzichte van letterlijk taalgebruik.

Meer begrip leidt uiteindelijk tot een grotere overtuigingskracht (Sopory & Dillard, 2002). Uit een meta-analyse naar de effecten van metaforen in overtuigende boodschappen (Sopory & Dillard, 2002) bleek dat metaforen effectiever zijn in het veranderen van attitudes dan letterlijke taal, ook al waren de effecten heel klein ($r = .07$). Sommige onderzoeken suggereren dat metaforen het meest effectief zijn als de ontvanger van het bericht kennis heeft van het onderwerp (Johnson & Taylor, 1981; Sopory & Dillard, 2002). Metaforen kunnen ook de overtuigingskracht van berichten ook verminderen, vooral als de metafoor geen duidelijke link in de betekenis met letterlijke argumenten in het bericht heeft (Ottati & Renstrom, 2010). Metaforen kunnen dus leiden tot een grotere overtuigingskracht als de betekenis van de woorden van de metafoor past bij de letterlijke argumenten van de boodschap.

Metaforen in het gezondheidsdomein

Gezondheidscommunicatie speelt een belangrijke rol in het bevorderen van het gedrag van een persoon om een ziekte te voorkomen. Een voorbeeld hiervan is het gebruik van metaforen in voorlichting over hiv en aids. In onderzoek van Jansen, Van Nistelrooij, Olislagers, Van Sambeek en De Stadler (2009) werden drie verschillende beschrijvingen voor het immuunsysteem onderzocht, namelijk het immuunsysteem als leger, als brandweer en het immuunsysteem zonder metafoor maar met een neutrale beschrijving. De metaforen in de voorlichtingstekst, zowel brandweer als leger, maakten deze voorlichting voor jongeren begrijpelijker, aantrekkelijker en overtuigender dan wanneer de tekst geen metafoor bevatte (Jansen et al., 2009). Het toepassen van metaforen heeft dus een positief effect op het verduidelijken van een gezondheidsboodschap.

Daarnaast heeft het gebruik van metaforen in het gezondheidsdomein een positief effect op attitude en intentie ten aanzien van preventiegedrag (Scherer et al., 2015). In het experiment van Scherer et al. werd griep metaforische omschreven als 'beest' en 'opstand'. Uit de

resultaten bleek dat bij het gebruiken van een metafoor een hogere gedragsintentie tot inenting tegen dit beest, ofwel de griep, plaatsvond dan in berichten waarin griep zonder metafoor (als ‘virus’) omschreven werd (Scherer et al., 2015). In eerder onderzoek werd de zon beschreven als een vijand die mensen lichamelijke schade toebrengt doordat de ultraviolette straling het lichaam ‘aanvalt’ en ‘doorboort’. Dit leidde ook tot een verhoogde intentie van participanten om zich in te smeren tegen de zon bij het gebruik van een metafoor ten opzichte van een tekst met letterlijk taalgebruik (Landau et al., 2018). Metaforisch taalgebruik in gezondheidsboodschappen draagt dus bij op een positievere attitude en intentie ten aanzien van het preventiegedrag.

Het gebruiken van metaforen is echter niet altijd effectief in het overtuigen van mensen om een bepaalde gedragsintentie of attitude af te dwingen (Van Stee et al., 2018). In het onderzoek van Van Stee et al. (2018) is gekeken naar de effecten van metaforen gericht op de attitude, gedragsintentie en het cognitieve proces ten aanzien van condoompromotie voor hiv, aids en andere seksueel overdraagbare aandoeningen. Met het cognitieve proces wordt geduid op het denkvermogen van een persoon. De onderzoekers vonden geen significante resultaten op het gebied van metaforen en het cognitieve proces in vergelijking met letterlijke berichten en het cognitieve proces. In tegenstelling tot het eerder besproken experiment over metaforen bleek dat letterlijke berichten leidden tot een grotere verandering in attitude dan berichten met een metafoor. Eveneens bleek dat berichten zonder metafoor een groter effect op gedragsintenties hadden dan berichten met metaforen (Van Stee et al., 2018). Uit dit onderzoek (Van Stee et al., 2018) kwam naar voren dat metaforen niet het effect van overtuigingskracht hebben dat in eerdere onderzoeken (Jansen et al., 2009; Kreuz & Roberts, 1993; Landau et al., 2018; Sopory & Dillard, 2002) wel het geval was. Daarom is nog meer onderzoek nodig om vast te stellen dat metafoorgebruik in gezondheidsboodschappen effect hebben op de overtuigingskracht van deze boodschappen.

Match en mismatch

In het gezondheidsdomein wordt onder andere gesproken over risico of probleem en oplossing. Mensen lopen bijvoorbeeld risico op huidkanker door te zonnen, huidkanker is daarbij het gezondheidsprobleem en een oplossing hiervoor kan zonnebrandcrème zijn (Landau et al., 2018). Vanuit het probleem- en oplossingsperspectief pakken mensen gezondheidsproblemen aan door bijvoorbeeld meer medische informatie te verkrijgen om het aantal mogelijke oplossingen van het gezondheidsprobleem te vergroten (Keefer, Landau, Sullivan & Rothschild, 2014). Depressie is een ander voorbeeld van het probleem- en

oplossingsperspectief. Voor dit gezondheidsprobleem is een bekende metafoor ‘depression is dark’ (depressie is duister) (Keefer et al., 2014). De deelnemers van dit experiment hadden meer begrip als depressie metaforisch beschreven werd en daarbij ook de oplossing met metaforen beschreven werd. De behandeling, de oplossing, werd metaforisch geframed als ‘illuminating’ (verlichting) (Keefer et al., 2014). In een vervolgstudie vonden de onderzoekers dat de voorkeur van de participanten uitging naar metaforische beschrijving van het probleem en een letterlijke oplossing (Keefer et al., 2014).

Als zowel het probleem als de oplossing van het probleem metaforisch worden omschreven, is er sprake van een metaforische fit, ook wel metaforische match genoemd. En als zowel het probleem als de oplossing van het probleem met letterlijk taalgebruik worden omschreven, is er sprake van een letterlijke match (Landau et al., 2018). Uit onderzoek van Landau et al. (2018) bleek dat als er sprake was van een metaforische of letterlijke match, dit zorgde voor hogere gedragsintenties om zonnebrandcrème te gebruiken. In deze studie was het probleem, de zon, als ‘vijand’ geframed en de oplossing, zonnebrandcrème, als ‘harnas’. Als daarentegen sprake was van een mismatch (dit houdt in dat het probleem of de oplossing metaforisch en de ander met letterlijk taalgebruik is beschreven), resulteerde dit in lagere gedragsintenties om zich in te smeren tegen de zon (Landau et al., 2018). Het kan dus van belang zijn dat zowel het probleem als de oplossing in een gezondheidsboodschap metaforisch geframed worden (Landau et al., 2018).

Uit hetzelfde onderzoek van Landau et al. (2018) bleek dat wanneer de metaforische match ontbrak, dit ook leidde tot een minder positieve attitude ten aanzien van het gewenste preventiegedrag. Een eerdere studie sluit hierbij aan (Hauser & Schwarz, 2015). De onderzoekers gebruikten een militaire metafoor voor kanker, namelijk ‘war on cancer’ (oorlog tegen kanker). Hieruit bleek dat een bericht persuasiever is als het probleem en de oplossing metaforisch worden beschreven in vergelijking met berichten die met letterlijk taalgebruik worden beschreven (Hauser & Schwarz, 2015). Uit het onderzoek van Landau et al. (2018) bleek echter dat ook de letterlijke match als meer persuasiever werd gezien dan wanneer de gezondheidsboodschappen een mismatch bevatten. Daarom is het van belang om meer onderzoek te doen naar de effecten van de metaforische, letterlijke match en de mismatches. De volgende hypothese, die voor de huidige studie zijn opgesteld, sluit bij deze bevindingen aan:

H1: Een metaforische match in gezondheidsboodschappen leidt tot een positievere attitude van mensen ten aanzien van het gebruiken van een condoom tegen seksueel

overdraagbare aandoeningen dan gezondheidsboodschappen die (deels) letterlijk taalgebruik bevatten.

Als het probleem metaforisch geframed wordt en de oplossing met letterlijk taalgebruik beschreven wordt, is de gedragsintentie hoger en is de attitude ten aanzien van het desbetreffende preventiegedrag positiever dan wanneer de oplossing metaforisch geframed wordt en het risico met letterlijk taalgebruik beschreven wordt (Landau et al., 2018; Keefer et al., 2014). In de huidige studie wordt gepoogd meer inzicht te verschaffen over het gebruiken van metaforen in het probleem óf de oplossing van een gezondheidsprobleem. Hierbij wordt ook gekeken of metaforen invloed hebben op uitsluitend het probleem en enkel op de oplossing van het gezondheidsprobleem. Daarom zijn de volgende hypothesen opgesteld:

H2: Als het probleem in een gezondheidsboodschap wordt beschreven met een metafoor, leidt dat tot een positievere attitude ten aanzien van condoomgebruik in vergelijking met gezondheidsboodschappen waarin het probleem wordt beschreven met letterlijk taalgebruik.

H3: Als de oplossing in een gezondheidsboodschap wordt beschreven met een metafoor, leidt dat tot een positievere attitude ten aanzien van condoomgebruik in vergelijking met gezondheidsboodschappen waarin de oplossing wordt beschreven met letterlijk taalgebruik.

H4: Als het probleem in een gezondheidsboodschap wordt beschreven met een metafoor en de oplossing met letterlijk taalgebruik, leidt dat tot een positievere attitude ten aanzien van condoomgebruik in vergelijking met gezondheidsboodschappen waarin het probleem met letterlijk taalgebruik wordt beschreven en de oplossing met een metafoor wordt beschreven.

In eerdere studies (Van Stee et al., 2018; Landau et al., 2018) werden tegenstrijdige resultaten gevonden wat betreft de metaforische en letterlijke match in berichten in het gezondheidsdomein. De focus in de huidige studie ligt op de metaforische en/of letterlijke match in het probleem en de oplossing van een gezondheidsprobleem gericht op de afhankelijke variabelen attitude en gedragsintentie. Van Stee et al. (2018) gaven al aan dat meer kennis nodig is over metaforen in gezondheidsberichten gericht op preventiegedrag. In deze studie wordt

gepoogd een steentje bij te dragen aan de theorie over metaforische en letterlijke match en mismatches in het probleem en de oplossing van gezondheidsboodschappen. Daarbij ligt de focus van de studie op de attitude ten aanzien van condoomgebruik om soa's te voorkomen. De algemene onderzoeksvraag luidt:

In hoeverre hebben metaforen in het probleem en/of de oplossing effect op de attitude ten opzichte van condoomgebruik gericht op preventiegedrag van seksueel overdraagbare aandoeningen?

Methode

Deze studie is een vervolgonderzoek op het experiment van Landau et al. (2018) gecombineerd met het experiment van Scherer et al. (2015). Om een antwoord te kunnen geven op de onderzoeksvraag en de hypothesen, is een experiment uitgevoerd.

Materiaal

Participanten kregen willekeurig één van de vier ontworpen teksten over condoomgebruik tegen soa's aangeboden. De eerste boodschap bevatte een metaforische match in het risico en de oplossing, dus twee metaforen (conditie 1). De tweede boodschap bevatte een metafoor, namelijk in de oplossing. Het probleem was met letterlijk taalgebruik beschreven (conditie 2). De derde boodschap bevatte een metafoor in het probleem en niet in de oplossing (conditie 3). De vierde boodschap bevatte geen metaforen, noch in het risico noch in de oplossing (conditie 4). De inhoud van de teksten was gedeeltelijk gebaseerd op de teksten uit het onderzoek van Landau et al. (2018) en op informatie over soa's (Soa Aids Nederland, z.d.). De gemanipuleerde teksten zijn te vinden in Tabel 1.

Tabel 1. Gemanipuleerde teksten waarbij de dikgedrukte teksten metaforen bevatten.

	Metafoor	Probleem Letterlijk
	Een soa is als een sluwe vijand, hij ligt altijd op de loer. Je kunt hem krijgen zonder dat je iets merkt. Door één keer onveilig te vrijen kun je de bacterie al overdragen en dit kan grote gevolgen hebben voor je gezondheid.	Een soa heb je zo te pakken. Je kunt hem krijgen zonder dat je iets merkt. Door één keer onveilig te vrijen kun je de bacterie al overdragen en dit kan grote gevolgen hebben voor je gezondheid.
Oplossing	Een condoom is als een superheld, hij beschermt je. Zo voorkom je een soa en daarmee veel onnodige ellende.	Een condoom is als een superheld, hij beschermt je. Zo voorkom je een soa en daarmee veel onnodige ellende.
	Een soa is als een sluwe vijand, hij ligt altijd op de loer. Je kunt hem krijgen zonder dat je iets merkt. Door één keer onveilig te vrijen kun je de bacterie al overdragen en dit kan grote gevolgen hebben voor je gezondheid.	Een soa heb je zo te pakken. Je kunt hem krijgen zonder dat je iets merkt. Door één keer onveilig te vrijen kun je de bacterie al overdragen en dit kan grote gevolgen hebben voor je gezondheid.
	Een condoom beschermt je. Zo voorkom je een soa en daarmee veel onnodige ellende.	Een condoom beschermt je. Zo voorkom je een soa en daarmee veel onnodige ellende.

Om te onderzoeken of de manipulatie van de teksten geslaagd is, is een pretest uitgevoerd. Via een survey is gemeten in hoeverre de teksten over het probleem en de oplossing daadwerkelijk als metaforisch of letterlijk werden beschouwd. Dit is gemeten aan de hand van drie items op een zevenpunts Likertschaal (Likert, 1932). Deze items waren: letterlijk – figuurlijk, concreet – abstract, woordelijk – beeldend (Burgers, De Graaf & Callaars, 2012). De schaal waarmee de manipulatie van het probleem is gemeten bestaande uit drie items, bleek acceptabel: $\alpha = .73$. Dit betekende dat de betrouwbaarheid van de items goed genoeg was om deze tot één variabele samen te voegen. De schaal waarmee de manipulatie van de oplossing is gemeten bestaande uit drie items, bleek acceptabel: $\alpha = .76$. Ook hierbij was de betrouwbaarheid van de schaal goed genoeg om deze items tot één variabele samen te voegen.

De pretest is afgenomen onder twintig proefpersonen, oftewel vijf proefpersonen per conditie ($M_{leeftijd} = 21.5$, $SD_{leeftijd} = 2.2$; 75% vrouw; opleidingsniveau 20% HBO, 65% WO, 15% middelbare school).

Uit een *t*-toets van Metafoorherkenning van het probleem op Probleem bleek geen significant effect van Metafoorherkenning Probleem te zijn ($t(18) = 1.16$, $p = .168$). Dit betekende dat de deelnemers van de pretest geen metafoor herkenden in de beschrijving van het probleem.

Uit een *t*-toets van Metafoorherkenning van de oplossing op Oplossing bleek geen significant effect van Metafoorherkenning Oplossing ($t(18) = 1.51$, $p = .082$). Dit wil zeggen dat de deelnemers van de pretest geen metafoor in de beschrijving van de oplossing herkenden. Aan de hand hiervan is gekozen om de teksten op een andere manier te manipuleren, de teksten zijn ingekort. Op deze manier zou de metafoor duidelijker naar voren moeten komen dan in de voorgaande gemanipuleerde teksten. De vragenlijst van de pretest is opgenomen in Bijlage 1.

Proefpersonen

Het onderzoek was gericht op proefpersonen die geheel vrijwillig wilden participeren en voor hen was dan ook geen beloning beschikbaar vanwege hun deelname. Dit onderzoek is niet gericht op een specifieke doelgroep, de proefpersonen moesten alleen minimaal achttien jaar oud zijn, verder zijn aan de hand van persoonlijke gegevens geen proefpersonen uitgesloten.

De proefpersonen konden aan een van de vier teksten worden blootgesteld. Dit betekende dat het onderzoek uit vier conditie bestond. Om de betrouwbaarheid van het onderzoek te waarborgen, was de gewenste steekproefgrootte per conditie dertig personen. Dit betekende dat de gewenste steekproefgrootte uit minimaal 120 proefpersonen moest bestaan (Simmons, Nelson & Simonsohn, 2011). In totaal hebben 176 proefpersonen aan dit onderzoek

deelgenomen. Vanwege het niet volledig afronden van het experiment, zijn vijftig proefpersonen niet meegenomen in de analyse en uiteindelijk hebben 125 proefpersonen geparticipeerd.

Proefpersonen konden aan de hand van twee uitsluitingscriteria worden uitgesloten van deelname. Ten eerste werden proefpersonen die deel hadden genomen aan de pretest uitgesloten van deelname aan het daadwerkelijke experiment. Ten tweede konden proefpersonen worden uitgesloten van deelname als ze jonger waren dan achttien jaar. In totaal viel hierdoor één proefpersoon af. Van de overige 125 proefpersonen was 56% vrouw en 44% man. De gemiddelde leeftijd van de proefpersonen was 26,62 jaar ($SD = 8,91$), hiervan was de jongste proefpersoon 18 jaar en de oudste 62 jaar oud. HBO is voor 45,6% de hoogst genoten opleiding van de proefpersonen, 44 procent geeft aan dat het WO de hoogst genoten opleiding is, 7,2 procent het MBO en voor 3,2 procent is de Middelbare School de hoogst genoten opleiding. 71,2 procent van de proefpersonen had op het moment van deelname een vaste partner, 28,8 procent had op dat moment geen vaste partner. De proefpersonen deden gemiddeld 7 minuten en 51 seconden over het invullen van de survey ($SD = 23$ minuten en 44 seconden).

Leeftijd ($F(3,121) < 1$ en Geslacht ($\chi^2(3) = 1.33, p = .723$) zijn evenredig verdeeld in de vier condities van het experiment. Uit de χ^2 -toets tussen Opleidingsniveau en Gelezen Tekst bleek een significant verband te bestaan ($\chi^2(9) = 20.29, p = .016$). Proefpersonen met MBO als hoogst genoten opleiding kregen relatief vaker de tekst waarin het probleem én de oplossing met metaforen beschreven was gezien (77.8 procent) dan proefpersonen met HBO als hoogst genoten opleiding (21.1 procent). Dit betekent dat de verdeling van de proefpersonen op basis van het opleidingsniveau niet evenredig over de condities is verdeeld. Dit kan invloed hebben gehad op de resultaten, daarom wordt dit in de discussie van dit onderzoek verder behandeld.

Onderzoeksontwerp

In dit onderzoek is gebruik gemaakt van factorieel onderzoeksontwerp met als tussenproefpersoonsfactoren probleem (metaforisch/letterlijk taalgebruik) en oplossing (metaforisch/letterlijk taalgebruik).

Instrumentatie

Als afhankelijke variabelen zijn attitude en gedragsintentie gemeten. In de huidige studie is de focus gelegd op de attitude ten aanzien van het gedrag. Het gaat hierbij om de houding of mening die iemand heeft ten opzichte van een bepaald gedrag (Fishbein & Yzer, 2003).

De variabele attitude is gemeten aan de hand van een vragenlijst van Hoeken, Hornikx & Hustinx (2012). Deze bestaat uit vijf zespunts semantische differentiaal, namelijk: goed – slecht, onplezierig – plezierig, schadelijk – voordelig, interessant – vervelend en verstandig – onverstandig (Hoeken et al., 2012). In dit onderzoek is een zevenpunts Likertschaal veranderd naar een zespunts schaal, omdat deze schaal de proefpersoon dwingt een keuze te maken en niet de optie ‘neutraal’ te kiezen (Brown, 2000). De stelling die gepresenteerd werd, luidt: “Als ik (voortaan) een condoom gebruik tijdens het vrijen, dan vind ik dat...”. De schaal waarmee Attitude is gemeten, bestaande uit vijf items, bleek acceptabel: $\alpha = .70$. Dit betekende dat de schaal betrouwbaar genoeg was om de items samen te voegen en konden daardoor ook samen worden gemeten.

De variabele gedragsintentie is gemeten aan de hand van de vragenlijst van Hoeken et al. (2012). Deze lijst bestond uit vier items op een zespunts Likertschaal. De eerste stelling die bij gedragsintentie hoort, is: “Ik ben van plan om voortaan een condoom te gebruiken tijdens het vrijen”. Daarbij kan de proefpersoon kiezen uit de antwoordmogelijkheden waarbij 1 ‘zeker niet’ is en 6 voor ‘zeker wel’. De andere drie stellingen beginnen met: “Ik zal voortaan een condoom gebruiken tijdens het vrijen”, “Ik ben bereid om voortaan een condoom te gebruiken tijdens het vrijen” en “Ik ga voortaan een condoom gebruiken tijdens het vrijen”. De antwoordmogelijkheden hierbij zijn: 1: “onwaarschijnlijk” tot 6: “waarschijnlijk”, 1: “onwaar” tot 6: “waar” en 1: “zeer mee oneens” tot 6: “zeer mee eens” (Hoeken et al., 2012). De schaal waarmee Gedragsintentie is gemeten bestaande uit vier items, bleek excellent: $\alpha = .96$. Op basis van deze Cronbach’s α konden de vier items samengevoegd worden en konden ook gezamenlijk worden gemeten.

Controlevariabelen

Naast de afhankelijke variabelen zijn een aantal controlevariabelen meegenomen in het onderzoek. Deze controles zijn in het onderzoek opgenomen om te waarborgen dat er geen systematische fouten in het onderzoek zaten. In deze controle is gemeten in hoeverre de teksten die een metafoor bevatten ook als metaforisch zijn beoordeeld. Dit is gemeten aan de hand van vier zespunts semantische differentiaal. De vier items waren: letterlijk – figuurlijk, levendig – vlak, eenvoudig – complex, concreet – abstract (Burgers et al., 2012; Ortony, 1975). Hierbij is de volgende stelling gegeven: “Ik beoordeel de gelezen tekst als...”. De betrouwbaarheid van deze schaal was onacceptabel: $\alpha = .005$. Om deze reden konden de vier items niet tot één variabele worden gevormd en zijn de vier items individueel behandeld.

Tot slot werd aan de respondent gevraagd of hij of zij een vaste partner heeft. De variabele partner wordt gemeten aan de vraag of de respondent een vaste partner heeft. De respondent kan hier “ja” en “nee” op antwoorden. Deze vraag is meegenomen in de survey om ervoor te waarborgen dat er geen bias over wel of geen partner in het onderzoek zou optreden.

Manipulatiecheck

Om te onderzoeken of de manipulatie van de teksten geslaagd was, is aan de proefpersonen in een open vraag gevraagd naar een beschrijving van hoe soa's en condoomgebruik in de tekst geschetst worden. Aan de hand hiervan kon gekeken worden of de metafoor is gezien. Deze open vragen zijn door de twee onderzoekers gecodeerd. Dit is gedaan door de beschrijvingen te coderen aan de hand van drie codes. Deze codes waren figuurlijk, letterlijk of synoniem. Mocht de proefpersoon de metafoor noemen, dan werd dit als 'figuurlijk' gecodeerd. Indien de proefpersoon geen metaforische beschrijving gaf, werd deze als 'letterlijk' gecodeerd. Als in de beschrijving van de proefpersoon en synoniem voor de metafoor stond, werd deze als 'synoniem' gecodeerd.

De interbeoordelaarsbetrouwbaarheid van de variabele Beschrijving soa was goed: $\kappa = .90$, $p < .001$. De interbeoordelaarsbetrouwbaarheid van de variabele Beschrijving condoomgebruik was goed: $\kappa = .98$, $p < .001$. Dit betekent dat de mate van overeenstemming tussen de twee codeurs goed is, daardoor kan aangenomen worden dat persoonlijke kenmerken geen invloed hebben gehad op de manier van coderen.

Procedure

Het experiment is uitgevoerd via een online vragenlijst, die werd aangeboden via Qualtrics. De respondenten zijn benaderd via sociale media, zij konden op een link klikken om de vragenlijst individueel in te vullen.

De vragenlijst begon met een inleidende tekst met uitleg dat de data anoniem blijven en dat tussentijds afbreken van deelname aan het onderzoek mogelijk is. De deelnemer moest hierna aangeven of hij of zij akkoord ging met de voorwaarden van het onderzoek. Als de deelnemer akkoord zou gaan, betekende dit dat degene bovenstaande informatie had gelezen, vrijwillig meedeed aan het onderzoek en achttien jaar of ouder was. Mocht de deelnemer niet akkoord gaan, stopte de survey voor deze persoon.

Bij een akkoord volgden de algemene vragen over de respondent. Dit waren vragen over het geslacht, de leeftijd, het opleidingsniveau en of de proefpersoon een vaste partner heeft. Aansluitend volgden de gemanipuleerde teksten, die de respondent met aandacht moest lezen.

Vervolgens moest de proefpersoon beschrijven hoe een soa en condoomgebruik in de tekst werden geschetst. Daarna moest de proefpersoon de vragen over de controlevariabelen beantwoorden en uiteindelijk volgden de vragen over attitude en gedragsintentie. Aan het einde van de vragenlijst wordt een debriefing gegeven, waarin het doel van het onderzoek werd beschreven en hier hadden de respondenten de mogelijkheid om contact op te nemen voor eventuele vragen, klachten of opmerkingen. Tot slot is de respondent bedankt voor deelname aan het onderzoek.

Statistische toetsing

Om de verkregen data van het onderzoek te analyseren, zijn tweeweg variantie-analyses uitgevoerd. De data is geanalyseerd met behulp van statistiekprogramma IBM SPSS Statistics 25.

Resultaten

Controlevariabelen

Uit een *t*-toets van Probleem op Letterlijk tegenover Figuurlijk bleek er een significant effect te zijn tussen letterlijk en figuurlijk wat betreft wel en geen metafoor in de beschrijving van het probleem ($t(123) = 2.87, p = .005$). De beschrijving van het probleem met een metafoor ($M = 3.72, SD = 1.54$) bleek meer figuurlijk te zijn dan de beschrijving van het probleem met een letterlijke tekst ($M = 2.91, SD = 1.54$).

Uit een *t*-toets van Oplossing op Letterlijk tegenover Figuurlijk bleek er een significant effect te zijn tussen letterlijk en figuurlijk wat betreft wel en geen metafoor in de oplossing ($t(123) = 5.2, p < .001$). De beschrijving van de oplossing met een metafoor ($M = 3.96, SD = 1.46$) bleek meer figuurlijk te zijn dan de beschrijving van de oplossing met een letterlijke tekst ($M = 2.59, SD = 1.46$).

Uit een *t*-toets van Probleem op Vlak tegenover Levendig bleek er geen significant effect te zijn tussen vlak en levendig wat betreft wel en geen metafoor in het probleem ($t(123) = 2.87, p = .109$).

Uit een *t*-toets van Oplossing op Vlak tegenover Levendig bleek er een significant effect te zijn tussen vlak en levendig wat betreft wel en geen metafoor in de oplossing ($t(123) = 3.89, p > .001$). De beschrijving van de oplossing met een metafoor ($M = 4.28, SD = 1.26$) bleek meer levendig te zijn dan de beschrijving van de oplossing met een letterlijke tekst ($M = 3.34, SD = 1.43$).

Uit een *t*-toets van Probleem op Complex tegenover Eenvoudig bleek er een significant effect te zijn tussen complex en eenvoudig wat betreft wel en geen metafoor in het probleem ($t(123) = 2.16, p = .033$). De beschrijving van het probleem met een metafoor ($M = 4.01, SD = 1.37$) bleek minder eenvoudig te zijn dan de beschrijving van het probleem met een letterlijke tekst ($M = 4.53, SD = 1.31$).

Uit een *t*-toets van Oplossing op Complex tegenover Eenvoudig bleek er een significant effect te zijn tussen complex en eenvoudig wat betreft wel en geen metafoor in de oplossing ($t(123) = 2.24, p = .027$). De beschrijving van de oplossing met een metafoor ($M = 4.01, SD = 1.39$) bleek minder eenvoudig te zijn dan de beschrijving van de oplossing met een letterlijke tekst ($M = 4.55, SD = 1.27$).

Uit een *t*-toets van Probleem op Abstract tegenover Concreet bleek er geen significant effect te zijn tussen abstract en concreet wat betreft wel en geen metafoor in het probleem ($t(123) = 1.77, p = .080$).

Uit een *t*-toets van Oplossing op Abstract tegenover Concreet bleek er geen significant effect te zijn tussen abstract en concreet wat betreft wel en geen metafoor in de oplossing ($t(123) = .74, p = .464$).

Tabel 2. De gemiddelden en standaardafwijkingen (tussen haakjes) van letterlijk – figuurlijk, vlak – levendig, complex – eenvoudig en abstract – concreet in functie van metafoorgebruik in probleem en oplossing (1 = letterlijk/vlak/complex/abstract, 6 = figuurlijk/levendig/eenvoudig/concreet).

	Letterlijk		Metafoor	
	Probleem N = 58	Oplossing N = 56	Probleem N = 67	Oplossing N = 69
Letterlijk – Figuurlijk	2.91 (1.59)	2.59 (1.46)	3.72 (1.54)	3.96 (1.46)
Vlak – Levendig	3.64 (1.50)	3.34 (1.43)	4.04 (1.32)	4.28 (1.26)
Complex – Eenvoudig	4.53 (1.31)	4.55 (1.28)	4.01 (1.37)	4.01 (1.39)
Abstract – Concreet	4.98 (.95)	4.73 (1.07)	4.66 (1.09)	4.87 (1.01)

71,2 procent van de proefpersonen had op het moment van deelname een vaste partner, 28,8 procent had op dat moment geen vaste partner. Uit de χ^2 -toets tussen Vaste partner en Gelezen Tekst bleek geen significant verband te bestaan ($\chi^2(3) = 6.01, p = .111$). Dit betekent dat het aantal proefpersonen met een vaste partner en proefpersonen zonder vaste partner evenredig verdeeld waren over de condities.

Aan de hand van de resultaten van de controlevariabelen kan geconcludeerd worden dat wanneer het probleem met een metafoor werd beschreven, deze als meer figuurlijk en complex werden gezien dan wanneer het probleem met letterlijk taalgebruik werd beschreven. Als de oplossing met een metafoor werd beschreven, werd deze als meer figuurlijk, levendig en complex gezien dan wanneer de oplossing met letterlijk taalgebruik werd beschreven. De beschrijvingen van het probleem en de oplossing met metafoor werden niet als meer concreet gezien dan wanneer de beschrijving van het probleem en de oplossing met letterlijk taalgebruik beschreven was. Over het algemeen kan dus niet met zekerheid worden gezegd of het onderzoek helemaal vrij was van systematische fouten, omdat niet alle controlevariabelen een significant effect hadden.

Manipulatiecheck

Uit een χ^2 -toets tussen Probleem en Beschrijving Soa bleek een significant verband te bestaan ($\chi^2 (2) = 51.20, p < .001$). Als het probleem metaforisch werd omschreven, werd dit ook vaker figuurlijk beschreven (59,7%) dan wanneer het probleem letterlijk omschreven werd (1,7%). Als het probleem letterlijk werd omschreven, werd dit ook vaker letterlijk beschreven (98,3%) dan wanneer het probleem metaforisch werd omschreven (37,3%).

Uit een χ^2 -toets tussen Oplossing en Beschrijving Condoomgebruik bleek een significant te bestaan ($\chi^2 (2) = 61.73, p < .001$). Als de oplossing metaforisch werd omschreven, werd dit ook vaker figuurlijk beschreven (68,1%) dan wanneer de oplossing letterlijk omschreven werd (1,8%). Als de oplossing letterlijk werd omschreven, werd dit ook vaker letterlijk beschreven (98,2%) dan wanneer de oplossing metaforisch werd omschreven (29%).

Door middel van de manipulatiecheck kan gecontroleerd worden of de manipulatie van de teksten geslaagd was. Zowel het probleem als de oplossing werden als figuurlijk gezien als deze met een metafoor beschreven waren. Als het probleem en de oplossing met letterlijk taalgebruik beschreven werden, werd dit ook als letterlijk beschreven. De manipulatie van de teksten was daardoor geslaagd.

Hoofdeffecten en interactie-effecten

Uit een tweeweg variantie-analyse van Metafoorgebruik in Oplossing (wel of geen) en Metafoorgebruik in probleem (wel of geen) op Attitude bleek geen significant hoofdeffect van Metafoorgebruik in oplossing ($F (1, 121) < 1$). Er bleek geen significant hoofdeffect van Metafoorgebruik in probleem ($F (1, 121) < 1$). Er trad ook geen interactie op tussen Metafoorgebruik in oplossing en Metafoorgebruik in Probleem ($F (1, 121) < 1$).

Tabel 3. De gemiddelden en standaardafwijkingen (tussen ronde haakjes) van attitude ten aanzien van het gebruiken van een condoom ter preventie van seksueel overdraagbare aandoeningen (1 = zeer lage attitude, 6 = zeer hoge attitude) en het aantal observaties (tussen vierkante haakjes).

		Probleem		
		Metafoor	Letterlijk	Totaal
Oplossing	Metafoor	4.46 (.79) [38]	4.42 (.81) [31]	4.44 (.79) [69]
	Letterlijk	4.33 (.62) [29]	4.33 (.73) [27]	4.33 (.70) [56]
	Totaal	4.40 (.71) [67]	4.37 (.77) [58]	

Conclusie en discussie

Conclusie

Aan de hand van een experiment is onderzocht in hoeverre metaforisch en letterlijk taalgebruik in gezondheidsboodschappen, en de combinatie hiervan, effect hebben op de attitude ten aanzien van het gebruiken van een condoom tegen soa's. Ten eerste is onderzocht in hoeverre metafoorgebruik in gezondheidsboodschappen leidt tot een hogere attitude dan gezondheidsboodschappen die met letterlijk taalgebruik beschreven zijn. Er is geen effect van metaforen ten opzichte van letterlijk taalgebruik gevonden, waardoor hypothese 1 en hypothese 2 niet ondersteund worden.

Ten tweede is gekeken naar het interactie-effect van metaforen in de beschrijving van het probleem en de oplossing van gezondheidsboodschappen gericht op de attitude ten aanzien van het gebruiken van een condoom tegen soa's. Er bleek geen interactie-effect tussen de onafhankelijke variabelen te bestaan. Een metaforische match in gezondheidsboodschappen bleek dus niet meer invloed te hebben op de attitude dan gezondheidsboodschappen die letterlijk taalgebruik bevatten, daarom wordt hypothese 3 ook verworpen. Tevens wordt hypothese 4 niet ondersteund. Metaforen in het probleem en letterlijk taalgebruik in de oplossing in gezondheidsboodschappen leidden niet tot een positievere attitude ten aanzien van het gebruiken van een condoom tegen soa's dan wanneer het probleem met letterlijke taal en de oplossing met metaforen beschreven worden.

Ten slotte kan het antwoord op de onderzoeksvraag gegeven worden. Deze onderzoeksvraag luidde:

In hoeverre hebben metaforen in het probleem en/of de oplossing effect op de attitude ten aanzien van condoomgebruik gericht op preventiegedrag van seksueel overdraagbare aandoeningen?

Metaforen in het probleem en/of de oplossing bleken in dit onderzoek geen effect te hebben op de attitude ten aanzien van condoomgebruik gericht op preventiegedrag van seksueel overdraagbare aandoeningen. In het algemeen bleek wel dat men een positieve attitude ten aanzien van condoomgebruik gericht op het voorkomen van soa's had.

Discussie

Voorafgaand aan dit onderzoek werd verwacht dat metaforen in gezondheidsboodschappen invloed zouden hebben op de attitude ten aanzien van het gebruiken van een condoom tegen soa's. In de huidige studie zijn geen significante resultaten gevonden die deze verwachting hebben bevestigd. Dit onderzoek is daarom in tegenspraak met de meta-analyse van Sopory en Dillard (2002) waarin gevonden werd dat metaforen effectiever zijn in het veranderen van attitudes dan letterlijke taal. Deze effecten waren echter heel klein ($r = .07$), waardoor niet met grote overtuiging gezegd kan worden dat metaforen altijd effectief zijn in het veranderen van de attitude. Net als het onderzoek van Van Stee et al. (2018) sluit het huidige onderzoek daarop aan.

Uit het onderzoek van Krundick et al. (2010) kwam naar voren dat metaforen de overtuigingskracht van berichten kan verminderen als de metafoor geen heldere koppelingen wat betreft de betekenisinhoud van de letterlijke argumenten in het bericht bevat. Dit zou de bevindingen van het huidige onderzoek kunnen verklaren. De gebruikte metaforen in de vier condities hebben wellicht geen heldere semantische koppeling met de letterlijke argumenten van de gezondheidsboodschap, waardoor de proefpersonen deze metaforen wellicht niet als overtuigend zagen en de metaforen uiteindelijk ook geen invloed hadden op de attitude ten aanzien van het gebruiken van een condoom tegen soa's.

Een andere mogelijke verklaring voor het ontbreken van een effect van de metaforische match op de attitude ten aanzien van condoomgebruik tegen soa's kan betrekking hebben op de ernst van de ziekte. In de studie van Landau et al. (2018) is wel het effect van een metaforische match gevonden, maar dit onderzoek was gericht op ander preventiegedrag en op een andere ziekte dan in de huidige studie, namelijk het insmeren met zonnebrandcrème om huidkanker te voorkomen. De ernst van huidkanker kan door veel mensen als erger worden gezien dan de ernst van soa's, waardoor mensen wellicht eerder positief ten opzichte van het preventiegedrag staan. Vervolgonderzoek kan nieuwe inzichten geven door soa's te specificeren en zich te richten op aids. Dit is een ziekte die als meer ernstig gezien kan worden dan soa's in het algemeen.

Een andere denkbare verklaring voor de afwijkende resultaten in het huidige onderzoek omvat een voor- en/of nameting. In de studies van Scherer et al. (2015) en Van Stee et al. (2018) is een voormeting gebruikt om te kijken wat de attitude en intentie ten opzichte van het preventie gedrag in eerste instantie was. Op deze manier kon gemeten worden of er een verschil tussen de metingen optrad en of dit door metafoorgebruik kwam. De huidige studie is alleen ingegaan op het verschil tussen de manipulaties in teksten en is geen gebruik van gemaakt van

een voor- en/of nameting, waardoor hier niet gesproken kan worden over een toe- of afname in de attitude ten aanzien van condoomgebruik tegen soa's na blootstelling aan de stimulustekst.

Nog een mogelijke verklaring kan het verschil tussen een risico en een probleem zijn. In de studies van Landau et al. (2018) en Keefer et al. (2014) is gesproken over een risico in het gezondheidsdomein. Dit kan op een andere manier geframed zijn dan een probleem in het gezondheidsdomein geframed is. In het onderzoek van Landau et al. (2014) werd huidkanker met metaforen beschreven. Hierbij werd de nadruk ook gelegd op het lopen van het risico. Daarom werd deze tekst wellicht eerder als een risico werd gezien dan als probleem, waardoor de intentie en attitude ten opzichte van dat risico of probleem op een andere manier is gemeten.

De huidige studie kent nauwelijks implicaties voor de communicatiepraktijk, omdat er geen significante effecten zijn gevonden wat betreft de hoofdeffecten en het interactie-effect. Dit betekent dat naar aanleiding van dit onderzoek niet geconcludeerd kan worden dat metaforen, in het probleem en de oplossing, in de praktijk gebruikt moeten worden. Om dit met zekerheid te verwerpen, is meer onderzoek nodig naar metafoorgebruik in het probleem en de oplossing van dat probleem.

Het huidige onderzoek kent een aantal beperkingen. Een eerste beperking behelst het opleidingsniveau van de proefpersonen. De verdeling van de proefpersonen op basis van het opleidingsniveau was namelijk niet evenredig over de condities verdeeld. De tekst waarin zowel het probleem als de oplossing met metaforen beschreven werden, werd het meest gezien door proefpersonen met MBO als hoogst genoten opleiding. Dit kan van invloed zijn geweest op de resultaten van het onderzoek. Uit het onderzoek van Visser et al. (2018) bleek namelijk dat personen met laag opleidingsniveau vaker een soa hebben dan personen met een hoog opleidingsniveau. Wellicht ziet de laatstgenoemde groep dan ook minder het risico in van vrijen zonder condoom en dit draagt uiteindelijk bij aan de attitude ten opzichte van condoomgebruik tegen soa's.

Een derde beperking van dit onderzoek omvat het hebben van een vaste partner. Uit eerder onderzoek (Conley & Rabinowitz, 2004; Watson & Bell, 2010) is gebleken dat personen met een vaste partner het gebruiken van een condoom zien als minder intiem. Ook bleek dat personen met een vaste partner het vrijen met condoom zien een gebrek aan vertrouwen. Van de deelnemers aan het huidige experiment gaf meer dan twee derde (71,2%) aan een vaste partner te hebben. Dit zou mogelijk invloed gehad kunnen hebben op de attitude ten opzichte van condoomgebruik.

In vervolgonderzoek kan geanalyseerd worden wat het effect is van metaforen in het probleem en de oplossing ten opzichte van een ernstige soa, zoals hiv en aids. De ernst van de

ziekte kan hierbij van invloed zijn op de attitude ten aanzien van het preventiegedrag. Tevens kan vervolgonderzoek aantonen of opleidingsniveau van invloed is op de attitude ten aanzien van het gebruiken van een condoom tegen soa's. In de huidige studie is hier geen rekening mee gehouden. Ook kan naar een specifieke doelgroep gekeken worden. Er kan namelijk een verschil van attitude zijn tussen studenten en ouderen. Een andere mogelijke vervolgstudie kan zich richten op een doelgroep waarin de proefpersonen géén vaste partner hebben. Tot slot kan in een vervolgonderzoek gebruik gemaakt worden van verschillende soorten metaforen gericht op preventiegedrag ten aanzien van het gebruiken van een condoom tegen soa's. Dit kunnen impliciete en expliciete metaforen zijn of vijand- of legermetaforen zoals in het onderzoek van Landau et al. (2018).

Ondanks dat het effect van metafoorgebruik op attitude van mensen in verscheidene eerdere onderzoeken is aangetoond, werden in het huidige onderzoek geen verschillen tussen metaforisch en letterlijk taalgebruik ten aanzien van de attitude gevonden na het lezen van gezondheidsboodschappen gericht op preventiegedrag. De conclusie die hieruit getrokken kan worden, is dat metaforen niet in alle gezondheidsboodschappen in elk gezondheidsdomein overtuigingskracht hebben. Vervolgonderzoek kan uitwijzen of de ernst van een ziekte in combinatie met het gebruik van metaforen invloed heeft op de attitude van mensen. Tevens kan vervolgonderzoek uitwijzen hoe metaforen het beste gebruikt kunnen worden om preventiegedrag van mensen te beïnvloeden.

Literatuurlijst

- Brown, J. D. (2000). What issues affect Likert-scale questionnaire formats? *JALT Testing & Evaluation SIG Newsletter*, 4, 27-30.
- Burgers, C., De Graaf, A., & Callaars, S. (2012). Differences in actual persuasiveness between experiential and professional expert evidence. *Journal of Argumentation in Context*, 1, 194–208. doi: 10.1075/jaic.1.2.03deg
- Cissel, M. (2012). Media framing: A comparative content analysis on mainstream and alternative news coverage of Occupy Wall Street. *International Journal of Communication*, 7, 2412-2432.
- Conley, T. D., & Rabinowitz, J. L. (2004). Scripts, close relationships, and symbolic meanings of contraceptives. *Personal Relationships*, 11, 539-558. doi: 10.1111/j.1475-6811.2004.00097.x
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communications*, 43, 51–58. doi: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x
- Fishbein, M., & Yzer, M. C. (2003). Using theory to design effective health behavior interventions. *Communication Theory*, 14, 164-183. doi: 10.1111/j.1468-2885.2003.tb00287.x
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis*. Boston: Northeastern University Press.
- Hauser, D. J., & Schwarz, N. (2015). The war on prevention: Bellicose cancer metaphors hurt (some) prevention intentions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 41, 66-77. doi: 10.1177/0146167214557006
- Hoeken, H., Hornikx, J., & Hustinx, L. (2012). *Overtuigende teksten. Onderzoek en ontwerp*. Bussum: Uitgeverij Coutinho.
- Jansen, C. J. M., Van Nistelrooij, M., Olislagers, K., Van Sambeek, M. R., & De Stadler, L. G. (2009). Tegen zo'n leger kun je maar beter geen oorlog hoeven voeren. Effecten van het gebruik van metaforen in voorlichtingsteksten over HIV/AIDS in Zuid-Afrika. In W. P. M. S. Spooren, M. Onrust, & J. M. Sanders (Red.). *Studies in Taalbeheersing* 3 (pp. 175-185). Assen: Van Gorcum.
- Johnson, J. T., & Taylor, S. E. (1981). The effect of metaphor on political attitudes. *Basic and Applied Social Psychology*, 2, 305-316. doi: 10.1207/s15324834basp0204_6
- Keefer, L. A., Landau, M. A., Sullivan, D., & Rothschild, Z. K. (2014). Embodied metaphor and abstract problem solving: Testing a metaphoric fit hypothesis in the health domain. *Journal of Experimental Social Psychology*, 55, 12-20. doi: 10.1016/j.jesp.2014.05.012

- Kreuz, R. K., & Roberts, R. M. (1993). The empirical study of figurative language in literature. *Poetics*, *22*, 151-169. doi: 10.1016/0304-422X(93)90026-D
- Landau, M., Arndt, J., & Cameron, L. (2018). Do metaphors in health messages work? Exploring emotional and cognitive factors. *Journal of Experimental Social Psychology*, *74*, 135-149. doi: 10.1016/j.jesp.2017.09.006
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, *140*, 5-55.
- McQuarrie, E. F., & Mick, D. G. (2003). Visual and verbal rhetorical figures under directed processing versus incidental exposure to advertising. *Journal of Consumer Research*, *29*, 579-587. doi: 10.1086/346252
- Mevisse, F. E. F., Ruiter, R. A. C., Meertens, R. M., Zimbile, F., & Schaalma, H. P. (2011). Justify your love: Testing an online STI-risk communication intervention designed to promote condom use and STI-testing. *Psychology and Health*, *26*, 205-221. doi: 10.1080/08870446.2011.531575
- NOS. (2019, 5 maart). Twee patiënten na unieke behandeling mogelijk genezen van hiv. *NOS*. Geraadpleegd van <https://nos.nl/artikel/2274559-twee-patienten-na-unieke-behandeling-mogelijk-genezen-van-hiv.html>
- Ortony, A. (1975). Why metaphors are necessary and not just nice. *Educational Theory*, *25*, 45-53. doi: 10.1111/j.1741-5446.1975.tb00666.x
- Ottati, V. C., & Renstrom, R. A. (2010). Metaphor and persuasive communication: A multifunctional approach. *Social and Personality Compass*, *4*, 783-794. doi: 10.1111/j.1751-9004.2010.00292.x
- Scherer, A. M., Scherer, L. D., & Fagerlin, A. (2015). Getting ahead of illness: Using metaphors to influence medical decision making. *Medical Decision Making*, *35*, 37-45. doi: 10.1177/0272989X14522547
- Read, S. J., Cesa, I. L., Jones, D. K., & Collins, N. L. (1990). When is the federal budget like a baby? Metaphor in political rhetoric. *Metaphor and Symbolic Activity*, *5*, 125-149. doi: 10.1207/s15327868ms0503_1
- Reijnierse, W.G., Burgers, C., Krennmayr, T., & Steen, G.J. (2015). How viruses and beasts affect our opinions (or not): The role of extendedness in metaphorical framing. *Metaphor and the Social World*, *5*, 245-263. doi: 10.1075/msw.5.2.04rei
- Simmons, J. P., Nelson, L. D., & Simonsohn, U. (2011). False-positive psychology:

- Undisclosed flexibility in data collection and analysis allows presenting anything as significant. *Psychological Science*, 22, 1359–1366.
- Soa Aids Nederland. (z.d.). Soa's. *Soa Aids Nederland*. Geraadpleegd van <https://www.soaaids.nl/nl/soas>
- Sopory, P. (2008). Metaphor and intra-attitudinal structural coherence. *Communication Studies*, 59, 163-181. doi: 10.1080/10510970802062493
- Sopory, P., & Dillard, J. P. (2002). The persuasive effects of metaphor: A meta-analysis. *Human Communication Research*, 28, 382-419. doi: 10.1111/j.1468-2958.2002.tb00813.x
- Van Gorp, B. (2006). Een constructivistische kijk op het concept framing. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 34, 246-256.
- Van Stee, S. K., Noar, S. M., Grant Harrington, N., & Grant, L. F. (2018). The effects of metaphor use and message format on cognitive processing and persuasive outcomes of condom promotion messages. *Communication Studies*, 69, 23-41. doi: 10.1080/10510974.2017.1396543
- Visser, M., Van Aar, F., Op de Coul, E. L. M., Slurink, I. A. L., Van Wees, D. A., Hoenderboom, B. M., ..., & Van Benthem, B. H. B. (2018). *Sexually transmitted infections in the Netherlands in 2017* (RIVM rapport Nr. 2018-0012). Gedownload van National Institute for Public Health and the Environment website: <https://www.soaaids.nl/sites/default/files/rapport-rivm-soas-in-nederland-2017.pdf>
- Watson, W. K., & Bell, N. J. (2010). Narratives of development, experiences of risk: Adult women's perspectives on relationships and safer sex. *British Journal of Health Psychology*, 10, 311-327. doi: 10.1348/135910705X26759
- Whaley, B. B. (1991). Toward a comprehensive model of analogy in persuasion: A test of the persuasive roles of analogy [Abstract]. *Dissertation Abstracts International*, 53, 20.

Bijlagen

Bijlage 1: Pretest

Inleiding

Beste deelnemer, wij zijn Valerie en Edgar, twee premasterstudenten Communicatie- en Informatiewetenschappen. Voor onze bachelor-scriptie zijn wij bezig met het opzetten van een experiment. Daartoe houden wij een test om te kijken of de manipulaties duidelijk zijn en worden begrepen.

We verzoeken u vriendelijk om onderstaande tekst eerst zorgvuldig door te lezen. Op de volgende pagina staat vervolgens een aantal vragen die betrekking heeft op de gelezen tekst. Deze graag na het lezen van de tekst invullen.

Hartelijk dank en succes!

Conditie 1

TEKST (graag eerst zorgvuldig doorlezen)

Een soa is als een sluwe vijand: hij ligt altijd op de loer. Eén keer onveilig vrijen en je loopt een groot risico. Je kunt een soa krijgen via sperma, vaginaal vocht, bloed en contact van slijmvliezen. Deze bacterie besmet de slijmvliezen van de plasbuis, de anus, de keel of de baarmoedermond. Je kan een soa krijgen zonder dat je iets merkt. Je hebt dus niet altijd klachten, maar het kan grote gevolgen voor je gezondheid hebben als je niet op tijd wordt behandeld. Door onveilige seks kun je de bacterie overdragen.

Een condoom is als een superheld, hij beschermt je. Zo voorkom je een soa en daarmee veel onnodige ellende. Want een soa? Die heb je zo te pakken.

Conditie 2

TEKST (graag eerst zorgvuldig doorlezen)

Een soa heb je zo te pakken. Je kunt hem krijgen zonder dat je iets merkt. Door één keer onveilig te vrijen kun je de bacterie al overdragen en dit kan grote gevolgen hebben voor je gezondheid.

Een condoom is als een superheld, hij beschermt je. Zo voorkom je een soa en daarmee veel onnodige ellende.

Conditie 3

TEKST (graag eerst zorgvuldig doorlezen)

Een soa is als een sluwe vijand: hij ligt altijd op de loer. Eén keer onveilig vrijen en je loopt een groot risico. Je kunt een soa krijgen via sperma, vaginaal vocht, bloed en contact van slijmvliezen. Deze bacterie besmet de slijmvliezen van de plasbuis, de anus, de keel of de baarmoedermond. Je kan een soa krijgen zonder dat je iets merkt. Je hebt dus niet altijd klachten, maar het kan grote gevolgen voor je gezondheid hebben als je niet op tijd wordt behandeld. Door onveilige seks kun je de bacterie overdragen.

Een condoom beschermt je. Zo voorkom je een soa en daarmee veel onnodige ellende. Want een soa? Die heb je zo te pakken.

Conditie 4

TEKST (graag eerst zorgvuldig doorlezen)

Een soa heb je zo te pakken. Eén keer onveilig vrijen en je loopt een groot risico. Je kunt een soa krijgen via sperma, vaginaal vocht, bloed en contact van slijmvliezen. Deze bacterie besmet de slijmvliezen van de plasbuis, de anus, de keel of de baarmoedermond. Je kan een soa krijgen zonder dat je iets merkt. Je hebt dus niet altijd klachten, maar het kan grote gevolgen voor je gezondheid hebben als je niet op tijd wordt behandeld. Door onveilige seks kun je de bacterie overdragen.

Een condoom beschermt je. Zo voorkom je een soa en daarmee veel onnodige ellende. Want een soa? Die heb je zo te pakken.

VRAGEN

1. Wat is uw geslacht?

Man / vrouw

2. Wat is uw leeftijd?

.....

3. Wat is uw hoogst genoten opleiding?

- VMBO
- HAVO
- VWO
- MBO
- HBO
- WO
- Anders, namelijk

1. Hoe wordt hier het risico op een soa geschetst?

.....
.....
.....
.....
.....

2. Hoe wordt hier de oplossing tegen een soa geschetst?

.....
.....
.....
.....
.....

3. De beschrijving van het risico op een soa, vind ik...

letterlijk	1	2	3	4	5	6	7	figuurlijk
concreet	1	2	3	4	5	6	7	abstract
woordelijk	1	2	3	4	5	6	7	beeldend

4. De beschrijving van de oplossing tegen een soa, vind ik...

letterlijk	1	2	3	4	5	6	7	figuurlijk
concreet	1	2	3	4	5	6	7	abstract
woordelijk	1	2	3	4	5	6	7	beeldend

Dit waren de vragen, bedankt voor de medewerking!

Bijlage 2: Survey

Start of Block: Default Question Block

Inleiding Beste deelnemer, wij zijn Valerie en Edgar, twee premasterstudenten Communicatie- en Informatiewetenschappen. Op dit moment zijn we bezig met onze bachelorscriptie. Je krijgt straks een tekst te lezen over seksueel overdraagbare aandoeningen (soa's).

We verzoeken je vriendelijk om de tekst eerst zorgvuldig door te lezen. Hierna krijg je een aantal vragen dat betrekking heeft op de gelezen tekst. Het lezen en het beantwoorden van de vragen zal ongeveer vijf minuten van je tijd kosten. Het is mogelijk om de deelname tussentijds te beëindigen, mocht je dit besluiten.

Mocht je vragen hebben naar aanleiding van het onderzoek, dan kun je met een van ons contact opnemen (edgar.walterbos@student.ru.nl, valerie.pichel@student.ru.nl).

Je deelname aan het onderzoek is vrijblijvend en volledig anoniem. Jouw gegevens zullen uitsluitend voor dit onderzoek worden gebruikt. Daarnaast worden de resultaten vertrouwelijk behandeld. Bij voorbaat dank voor je medewerking!

Met vriendelijke groet, Valerie Pichel & Edgar Walterbos

Disclaimer 1 Door te klikken op de knop 'ik ga akkoord' geef je aan, dat je:

- Bovenstaande informatie hebt gelezen;
 - Vrijwillig meedoet aan het onderzoek
 - 18 jaar of ouder bent
-

V0: Akkoord Als je geen toestemming wilt geven en daarmee niet wilt deelnemen aan het onderzoek, kun je op de knop 'ik wil niet meedoen' klikken.

- Ik ga akkoord (1)
- Ik ga niet akkoord (ik wil niet meedoen) (2)

End of Block: Default Question Block

Start of Block: Block 6

V1: Geslacht Wat is je geslacht?

- Man (1)
 - Vrouw (2)
 - Anders (3)
-



V2: Leeftijd Wat is je leeftijd?

V3: Opleiding Wat is je hoogst genoten opleiding?

- MBO (1)
 - HBO (2)
 - WO (3)
 - Middelbare school (4)
 - Lagere school (5)
 - Anders (6)
-

V4: partner Heb je op dit moment een vaste partner?

- Ja (1)
 - Nee (2)
 - Wil ik niet zeggen (3)
-

Page Break

Disclaimer 2 Je krijgt hierna een boodschap te lezen. Vervolgens wordt een aantal vragen gesteld. Je wordt vriendelijk verzocht de boodschap en de vragen zo zorgvuldig mogelijk te lezen. Als je eenmaal door hebt geklikt, kun je niet meer terug.

End of Block: Block 6

Start of Block: Block conditie 1

Disclaimer tekst (1) Let op: lees onderstaande tekst zorgvuldig. Je krijgt deze tekst één keer te zien.

MxM Een soa is als een sluwe vijand, hij ligt altijd op de loer. Je kunt hem krijgen zonder dat je iets merkt. Door één keer onveilig te vrijen kun je de bacterie al overdragen en dit kan grote gevolgen hebben voor je gezondheid.

Een condoom is als een superheld, hij beschermt je. Zo voorkom je een soa en daarmee veel onnodige ellende.

End of Block: Block conditie 1

Start of Block: Block conditie 2

Disclaimer tekst (2) Let op: lees onderstaande tekst zorgvuldig. Je krijgt deze tekst één keer te zien.

LxM Een soa heb je zo te pakken. Je kunt hem krijgen zonder dat je iets merkt. Door één keer onveilig te vrijen kun je de bacterie al overdragen en dit kan grote gevolgen hebben voor je gezondheid. Een condoom is als een superheld, hij beschermt je. Zo voorkom je een soa en daarmee veel onnodige ellende.

End of Block: Block conditie 2

Start of Block: Block conditie 3

Disclaimer tekst (3) Let op: lees onderstaande tekst zorgvuldig. Je krijgt deze tekst één keer te zien.

MxL Een soa is als een sluwe vijand, hij ligt altijd op de loer. Je kunt hem krijgen zonder dat je iets merkt. Door één keer onveilig te vrijen kun je de bacterie al overdragen en dit kan grote gevolgen hebben voor je gezondheid.

Een condoom beschermt je. Zo voorkom je een soa en daarmee veel onnodige ellende.

End of Block: Block conditie 3

Start of Block: Block conditie 4

Disclaimer tekst (4) Let op: lees onderstaande tekst zorgvuldig. Je krijgt deze tekst één keer te zien.

LxL Een soa heb je zo te pakken. Je kunt hem krijgen zonder dat je iets merkt. Door één keer onveilig te vrijen kun je de bacterie al overdragen en dit kan grote gevolgen hebben voor je gezondheid.

Een condoom beschermt je. Zo voorkom je een soa en daarmee veel onnodige ellende.

End of Block: Block conditie 4

Start of Block: Block 2

Disclaimer 3 Er volgen nu enkele vragen die betrekking hebben op de tekst die je zojuist hebt gelezen. Wij vragen je om de optie te kiezen die het dichtst bij jouw mening ligt.

Let op: er zijn geen goede of foute antwoorden

Q30 Beschrijf in **maximaal drie** woorden hoe een soa in de tekst wordt geschetst:

Woord 1 (1) _____

Woord 2 (2) _____

Woord 3 (3) _____

Q31 Beschrijf in **maximaal drie** woorden hoe condoomgebruik in de tekst wordt geschetst:

Woord 1 (1) _____

Woord 2 (2) _____

Woord 3 (3) _____

V7: Controle var. Ik beoordeel de gelezen tekst als:

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	
Letterlijk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Figuurlijk
Levendig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vlak
Eenvoudig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Complex
Concreet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Abstract

Page Break

Disclaimer 4 Let op: indien je een vaste partner hebt, stel je dan bij de volgende vragen voor dat je geen vaste partner zou hebben.

V8: Attitude Als ik (voortaan) een condoom gebruik tijdens het vrijen, dan vind ik dat:

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	
Goed	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Slecht
Onplezierig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Plezierig
Schadelijk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Voordelig
Aangenaam	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vervelend
Verstandig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Onverstandig

Page Break

Disclaimer 5 Let op: indien je een vaste partner hebt, stel je dan bij de volgende vragen voor dat je geen vaste partner zou hebben.

V9: Intentie_1 Ik ben van plan om voortaan een condoom te gebruiken tijdens het vrijen.

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	
Zeker niet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Zeker wel

V10: Intentie_2 Ik zal voortaan een condoom gebruiken tijdens het vrijen.

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	
Onwaarschijnlijk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Waarschijnlijk

V11: Intentie_3 Ik ben bereid om voortaan een condoom te gebruiken tijdens het vrijen.

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

V12: Intentie_4 Ik ga voortaan een condoom gebruiken tijdens het vrijen.

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	
Zeër mee oneens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Zeër mee eens

Page Break

End of Block: Block 2
