

Weerstand tegen fondsenwervende teksten

Effect van verschil in verwoording in een narratief op attitude, zelfeffectiviteit en intentie

Resistance to fundraising texts

Effect of different wording in a narrative on attitude, self-efficacy and intention



Student: Yara Kloosterboer
Cursus: LET-CIWB351-2017-SCRSEM2-V
Begeleider: Monique Lamers
Aantal woorden: 7482
Datum: 08 – 06 - 2018

Samenvatting

Goede doelen zijn afhankelijk van donaties in tijd en geld om de ondersteuning van mensen in nood te kunnen blijven bieden. Het is dan ook van belang voor liefdadigheidsorganisaties om effectieve overtuigende communicatie te gebruiken om op die manier het publiek te overtuigen om geld te doneren. Een effectieve communicatiestrategie is het gebruik van een narratief. Transportatie van de lezer speelt hierin een belangrijke rol. Wanneer een bepaald element of aspect van het verhaal in een narratief wordt aangepast aan persoonlijke ervaringen van de lezer, zou de mate van transportatie verhogen en daardoor de attitude, zelfeffectiviteit en gedragsintentie positief worden beïnvloed. In dit onderzoek is het effect van verschil in verwoording, door het al dan niet opnemen van een vergelijking van de eigen situatie van de lezer met de situatie van het slachtoffer, in een narratieve tekst op de gedragsdeterminanten attitude, zelfeffectiviteit en intentie om te doneren bestudeerd. Door middel van een experiment werd de onafhankelijke variabele, de narratieve tekst met of zonder vergelijking, op de afhankelijke variabelen attitude, zelfeffectiviteit en intentie onderzocht. Het materiaal bestond uit twee narratieven, waarbij de manier waarop wordt ingegaan op het gewenste gedrag is gemanipuleerd. In de ene tekst is een vergelijking van de eigen situatie van de lezer met de situatie van het slachtoffer opgenomen. In de andere tekst is er geen vergelijking opgenomen. In totaal deden 271 respondenten mee aan het onderzoek. Iedere respondent vulde dezelfde vragenlijst in. Uiteindelijk bleek dat het verschil in verwoording in een narratieve tekst geen invloed had op de attitude en zelfeffectiviteit, maar wel op de intentie. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat de meeste respondenten al eens hadden gedoneerd of dat de mate van transportatie niet werd verhoogd als gevolg van de manipulatie. Aanvullend werd geconcludeerd dat bij een narratieve tekst met vergelijking een toename van de intentie om te doneren gepaard ging met een toename van de attitude en zelfeffectiviteit. Bij de tekst zonder vergelijking was enkel de zelfeffectiviteit een significante voorspeller van intentie. De vergelijking in de tekst heeft dus de attitude beïnvloedt, maar niet genoeg om voor een effect te zorgen. Dit kan mogelijk liggen aan achterliggende factoren die de attitude tot stand brengen en daardoor bij de narratieve tekst met vergelijking iets teweeg hebben gebracht, maar bij de narratieve tekst zonder vergelijking niet. Dit onderzoek heeft bijgedragen aan de kennis omtrent de invloed van het gebruik van verschil in verwoording binnen narratieven op de gedragsdeterminanten attitude, zelfeffectiviteit en intentie.

Inleiding

Goede doelenorganisaties worden de laatste jaren geconfronteerd met grote fondsenwervende problemen, want mensen doneren steeds minder geld aan goede doelen (Das, Kerkhof & Kuiper, 2008; Bekkers, Schuyt & Gouwenberg, 2017). Om ondersteuning van mensen in nood te kunnen blijven bieden, zijn donaties van tijd en geld echter nodig (Knowles, Hyde & White, 2012). Het is dan ook van belang voor goede doelen om effectieve overtuigende communicatie te gebruiken om op die manier het publiek te overtuigen om geld te doneren (Das et al., 2008).

Een effectieve communicatiestrategie om mensen ervan te overtuigen om bepaald gedrag te vertonen, is het gebruik van een narratief (Das et al., 2008). Een narratief is een verhaal waarin een bepaalde gebeurtenis met een bepaald personage wordt beschreven en is over het algemeen niet openlijk persuasief (De Graaf, Sanders & Hoeken, 2016).

Narratieven hebben invloed op de attitude en zelfeffectiviteit (Moyer-Guse, Mahood & Brookes, 2011). De attitude is de algehele positieve of negatieve houding tegenover het gewenste gedrag en de zelfeffectiviteit is het gevoel of iemand in staat is bepaald gedrag uit te kunnen voeren (Fishbein & Yzer, 2003). Volgens Fishbein en Yzer (2003) is het van belang om invloed uit te oefenen op de attitude en zelfeffectiviteit, want deze twee gedragsdeterminanten beïnvloeden op hun beurt de intentie om bepaald gedrag te vertonen, wat een goede voorspeller is voor het werkelijk uitvoeren van het gedrag.

Transportatie speelt een belangrijke rol in het overtuigingsproces van narratieven (Green, 2004). Een getransporteerde lezer verliest zijn normen, waarden en overtuigingen uit de echte wereld en heeft hierdoor effect op de attitudes en zelfeffectiviteit (Green, 2004, 2008; Green & Brock, 2000). Volgens Green (2008) kan de mate van transportatie worden verhoogd, wanneer een bepaald element of aspect van het verhaal in een narratief wordt aangepast aan persoonlijke ervaringen van de lezer.

In dit onderzoek zal dan ook worden ingegaan op het effect van het al dan niet opnemen van een vergelijking van de eigen situatie van de lezer met de situatie van het slachtoffer in een narratieve tekst, op de attitude, zelfeffectiviteit en intentie om te doneren aan het Rode Kruis.

Er is gekozen voor het goede doel het Rode Kruis, omdat deze organisatie regelmatig in Nederland campagne voert en het op een na beste imago van alle goede doelen in Nederland heeft (auteur onbekend, 2016).

Theoretisch kader

Weerstand

Anderen overtuigen speelt in het dagelijks leven een belangrijke rol. Zo willen we meningen, attitudes en gedrag van anderen continue veranderen (Fransen, Smit & Verlegh, 2015).

Volgens Fransen et al. (2015) hebben we echter eerder weerstand tegen de pogingen tot overtuiging dan dat we ze omarmen.

De voornaamste reden dat mensen weerstand bieden tegen persuasieve communicatie is omdat mensen hun bestaande overtuigingen en gedrag willen behouden (Fransen et al., 2015). Daarom is het ook bij fondsenwerving niet onwaarschijnlijk dat men zich verzet tegen fondsenwervende teksten, waarbij wordt geprobeerd potentiële donoren te overtuigen van een donatie in geld (Das, Kerkhof & Kuiper, 2008). Mensen gebruiken verschillende strategieën om weerstand te bieden op basis van uiteenlopende redenen (Fransen et al., 2015).

Verscheidende studies hebben dan ook getracht aan te tonen wat de redenen zijn dat mensen niet willen doneren (Madden, 2006; Venema, 2017; Ülku, Bell & Wilson, 2014). Zo is het gebrek aan vertrouwen in goede doelen een belangrijke reden om te besluiten om niet te doneren (Madden, 2006; Venema, 2017; Ülku, Bell & Wilson, 2014). Door te weinig transparantie weet men namelijk niet waar het geld heen gaat (Madden, 2006). Maar ook oplichterspraktijken die aan het licht komen en de hoge salarissen van directeurs van goede doelen, verminderen het vertrouwen (Venema, 2017).

Madden (2006) constateerde in haar onderzoek dat een van de belangrijkste obstakels in het proces om al dan niet te doneren financiële capaciteit is (Madden, 2006). Veel van de respondenten uit het onderzoek gaven aan een financiële druk en onzekerheid te voelen, waardoor ze ervoor kozen geen geld te doneren (Madden, 2006). Ook Oosterhof, Heuvelman en Peters (2009) constateerden dat wanneer een persoon beperkte financiële middelen heeft, deze persoon waarschijnlijk zal besluit niet te doneren (Oosterhof et al., 2009). De potentiële donateur heeft dan een lage zelfeffectiviteit (Oosterhof et al., 2009). Dat is het geloof in staat te zijn een slachtoffer te helpen door bijvoorbeeld een donatie in geld (Oosterhof et al., 2009).

Volgens Knowles, Hyde en White (2012) ervaren voornamelijk jongeren een lage zelfeffectiviteit, want zij hebben het gevoel niet genoeg financiële middelen tot hun beschikking te hebben. Daarnaast voelen 65% van de Australische jongeren onder de dertig jaar zich niet verantwoordelijk om te doneren aan een goed doel (Smith & McSweeney, 2006). Ook in andere ontwikkelde landen doet dit feit zich voor (Radley & Kennedy, 1995). Das et al. (2008) bevestigen dit verantwoordelijkheidsgevoel in hun onderzoek. Zij stellen dat

men niet inzielt dat bepaalde sociale problemen maatschappelijk relevant zijn (Das et al., 2008).

Aangezien jongeren een lage zelfeffectiviteit ervaren (Knowles et al., 2012) en zich niet verantwoordelijk voelen te doneren (Radley & Kennedy, 1995), zal dit onderzoek zich focussen op jongeren tussen de 18 en 30 jaar.

Theory of Planned Behaviour

Om het gedrag van mensen te beïnvloeden is het van belang om te begrijpen hoe bepaald gedrag tot stand komt. De Theory of Planned Behaviour (TPB) (Fishbein & Yzer, 2003) stelt dat de intentie om bepaald gedrag te vertonen de belangrijkste voorspeller is van gedrag. Deze intentie komt tot stand door de attitude tegenover bepaald gedrag, de mate van zelfeffectiviteit en de waargenomen norm (Fishbein & Yzer, 2003).

Volgens Fishbein en Yzer (2003) komt de gedragsdeterminant waargenomen norm tot stand door de normatieve overtuigingen en de motiveringen om daaraan te voldoen. De normatieve overtuigingen zijn de overtuigingen die een bepaalde groep of een bepaald individu heeft tegenover het uit te voeren gedrag (Fishbein & Yzer, 2003). Als de motivatie hoog is om aan die overtuigingen van de ander te voldoen, zal men eerder het gedrag uitvoeren (Fishbein & Yzer, 2003).

De gedragsdeterminant attitude is volgens Fishbein en Yzer (2003) de algehele positieve of negatieve houding tegenover het uit te voeren van het gedrag. De attitude komt tot stand door gedragsovertuigingen en de evaluaties daarvan (Fishbein & Yzer, 2003). De gedragsovertuigingen komen tot stand door de mate van waarschijnlijkheid dat het uit te voeren gedrag zal leiden tot een bepaalde uitkomst. De evaluaties zijn de evaluaties van die uitkomsten (Fishbein & Yzer, 2003). Fishbein en Yzer (2003) geven als voorbeeld dat hoe meer iemand gelooft dat het uitvoeren van het betreffende gedrag zal leiden tot 'goede' uitkomsten en 'slechte' uitkomsten zal voorkomen, des te gunstiger zijn houding, of terwijl attitude, tegenover het uit te voeren gedrag.

Volgens de Theory of Planned Behaviour (2003) is de zelfeffectiviteit het gevoel of iemand in staat is bepaald gedrag uit te kunnen voeren. Dat wil zeggen dat wanneer een persoon denkt het gedrag te kunnen uitvoeren, doordat deze persoon de overtuiging heeft de nodige vaardigheden en capaciteiten te bezitten, de zelfeffectiviteit van deze persoon hoog is (Fishbein & Yzer, 2003). De zelfeffectiviteit zal des te sterker zijn wanneer dat geloof er ook nog is als er bepaalde obstakels zijn om het gedrag uit te kunnen voeren (Fishbein & Yzer, 2003).

Het Theory of Planned Behaviour-model kent veel steun binnen de gedragswetenschap (Knowles et al., 2012). Volgens Knowles et al. (2012) is deze ondersteuning voor de Theory of Planned Behaviour aangetoond in verschillende onderzoeken. Uit deze onderzoeken bleek dat het gedragsmodel gemiddeld goed was voor 39% van de variantie in intenties en 27% van de variantie in gedrag. Verschillende studies hebben volgens Knowles et al. (2012) aangetoond dat het gebruik van dit model in de context van fondsenwerving een goede basis biedt voor het begrijpen van de besluitvorming van mensen om al dan niet te doneren.

In dit onderzoek wordt echter alleen ingegaan op de attitude en de zelfeffectiviteit, omdat uit onderzoek van Knowles et al. (2012) bleek dat deze twee constructen de belangrijkste voorspellers zijn van de intentie om geld te doneren. Bennett (2003) en Oosterhof et al. (2009) ondersteunen deze uitkomst. Volgens hen spelen de houding tegenover doneren, wat overeenkomt met attitude in het TPB-model, en de zelfeffectiviteit belangrijke rollen in de beslissing om te doneren (Bennett, 2003; Oosterhof et al., 2009).

Narratieven

Een effectieve communicatiestrategie om mensen ervan te overtuigen om bepaald gedrag te vertonen is het gebruik van een narratief (Das et al., 2008). Een narratief is een verhaal dat volgens Lemal en Van den Bulck (2010) interessant en emotioneel is, waardoor het verbeeldingen oproept. Narratieven zijn over het algemeen niet openlijk persuasief, waardoor deze verhalen geen weerstand oproepen (De Graaf, Hoeken, Sanders & Beentjes, 2009; Escalas, 2017).

De lezer kan worden opgenomen in een narratief door de verhalende structuur ervan, waardoor de lezer betrokken raakt bij het verhaal. Hierdoor neemt volgens Das et al. (2008) de ontvanger de attitudes, overtuigingen en intenties van de zender over. Hierdoor zou de lezer overtuigd kunnen worden te doneren aan een goed doel (Das et al., 2008).

Daarnaast hebben Moyer-Guse, Mahood en Brookes (2011) in hun onderzoek vastgesteld dat een narratief ook invloed heeft op de zelfeffectiviteit. Ook Green (2006) stelt dat een narratief kan bijdragen aan de zelfeffectiviteit, omdat de lezer zich kan identificeren met het hoofdpersonage in het narratief. Dit houdt in dat wanneer het personage in het verhaal bepaald gedrag vertoont, dit de lezer zelfvertrouwen geeft ook zo te kunnen handelen, waardoor de lezer ervan overtuigd raakt hetzelfde gedrag daadwerkelijk te kunnen uitvoeren (Green, 2006).

Transportatie

Transportatie speelt een belangrijke rol in het overtuigingsproces van narratieven en heeft invloed op de attitudes en zelfeffectiviteit (Green, 2004, 2008; Green & Brock, 2000).

Volgens Green (2004) is transportatie het onderdompelen in de wereld van het verhaal waarbij ‘aandacht, beelden en gevoelens worden gemengd met de verhaalgebeurtenissen’ (Green, 2004). Een getransporteerde lezer verliest zijn normen, waarden en overtuigingen uit de echte wereld en neemt het verhaal als het referentiekader (Green, 2004). De Transportatietheorie stelt dat door deze onderdompeling de eigen overtuigingen en attitudes in de echte wereld worden beïnvloed (Green & Brock, 2000).

Volgens deze Transportatietheorie (Green & Brock, 2000) zijn er drie gevolgen van onderdompeling. Het eerste gevolg is dat de lezer tijd en plaats verliest. Doordat de lezer zich onderdompelt in de wereld van het verhaal, wordt hij niet meer afgeleid door de omgeving. Het tweede gevolg is dat mensen zo betrokken raken bij de gebeurtenissen in het verhaal, dat zij actief gaan nadenken over wat er zou kunnen zijn gebeurd (Green & Brock, 2000). Een derde gevolg is dat door onderdompeling de lezer zijn overtuigingen of waarden worden beïnvloed. Dit komt doordat de gebeurtenissen in het verhaal deel gaan uitmaken van het geloof en de kennis van de lezer over het werkelijke leven (Green, 2006). Volgens Green en Brock (2000) kan de lezer door dit gevolg zijn gedrag veranderen, omdat deze na het lezen van het verhaal met andere overtuigingen en waarden ‘terugkeert’ naar de ‘echte’ wereld.

Zelfreferentie

Narratieven zijn dus bewezen effectief in hun overtuiging door transportatie (Escalas, 2017). Volgens Green (2008) kan de mate van transportatie worden verhoogd, wanneer een bepaald element van het verhaal wordt aangepast aan de ervaringen van de lezer of als een bepaald aspect van het verhaal vertrouwd is voor de lezer. Wanneer men informatie verwerkt doordat deze is te relateren aan iemands persoonlijke ervaringen, vindt zelfreferentie plaats (Escalas, 2017). Een hogere zelfreferentie zorgt vervolgens voor een positievere attitude (Escalas, 2017). Daarnaast bleek uit onderzoek van Dunlop, Wakefield en Kashima (2010) dat wanneer de lezer zelfreferentie binnen een narratief toepast, er een hogere intentie tot gedragsverandering ontstaat.

Volgens De Graaf (2014) kan zelfreferentie worden gemanipuleerd door de leefomstandigheden van het personage in een narratief overeen te laten komen met de omstandigheden van de lezer. Hoe meer de leefomstandigheden van het personage op dat van de lezer lijken, hoe hogere zelfreferentie er is. Daarnaast wordt de mate van zelfreferentie ook

beïnvloed door vanuit welk personage het verhaal wordt verteld (De Graaf, Hoeken, Sanders & Beentjes, 2012). Naast deze mogelijkheden kan zelfreferentie ook worden geactiveerd door het gebruik van persoonlijke voornaamwoorden als ‘ik’ en ‘mij’ en ‘jij’ en ‘jouw’ (Dijksterhuis, 2004).

Afgaande op de conclusies uit vorige studies zou het verschil in verwoording, waarbij een vergelijking wordt gemaakt van de persoonlijke ervaringen van de lezer met de situatie van het slachtoffer in een narratieve tekst, zelfreferentie activeren (Escalas, 2017) en daarmee transportatie vergroten (Green, 2008). Wanneer de transportatie vergroot, zou dat de attitude en zelfeffectiviteit op een positieve manier kunnen beïnvloeden (Green, 2004, 2008; Green & Brock, 2000). Wat uiteindelijk, volgens de Theory of Planned Behaviour (Fishbein & Yzer, 2003), de gedragsintentie vergroot. In dit onderzoek is dan ook de volgende onderzoeksvraag opgesteld:

“In hoeverre beïnvloedt een verschil in verwoording, door het al dan niet opnemen van een vergelijking van de eigen situatie van de lezer met de situatie van het slachtoffer in een narratieve tekst, de gedragsdeterminanten attitude, zelfeffectiviteit en intentie om te doneren aan het Rode Kruis?”

Uit de besproken literatuur in het theoretisch kader blijkt dat wanneer informatie in een narratief is gerelateerd aan persoonlijke ervaringen van de lezer er zelfreferentie plaatsvindt (Escalas, 2017). Zelfreferentie verhoogt de transportatie van de lezer in een narratieve tekst (Green, 2008). Verwacht wordt dat transportatie de attitude, het algehele positieve of negatieve beeld dat iemand heeft ten aanzien van het gewenste gedrag, en zelfeffectiviteit, in hoeverre een persoon denkt in staat te zijn bepaald gedrag te vertonen, op een positieve manier beïnvloedt (Green, 2004, 2008; Green & Brock, 2000) wat uiteindelijk de gedragsintentie vergroot (Fishbein & Yzer, 2003). Op basis van deze informatie zijn de bijbehorende hypothesen opgesteld:

H1: Een narratieve tekst waarin de situatie van het slachtoffer vergeleken wordt met de eigen situatie van de lezer leidt tot een positievere attitude ten opzichte van het doneren aan het Rode Kruis dan een narratieve tekst waarin de situatie van het slachtoffer niet wordt vergeleken met de eigen situatie van de lezer.

H2: Een narratieve tekst waarin de situatie van het slachtoffer vergeleken wordt met de eigen situatie van de lezer leidt tot een hogere zelfeffectiviteit ten opzichte van het doneren aan het Rode Kruis dan een narratieve tekst waarin de situatie van het slachtoffer niet wordt vergeleken met de eigen situatie van de lezer.

H3: Een narratieve tekst waarin de situatie van het slachtoffer vergeleken wordt met de eigen situatie van de lezer leidt tot een hogere intentie om te doneren aan het Rode Kruis dan een narratieve tekst waarin de situatie van het slachtoffer niet wordt vergeleken met de eigen situatie van de lezer.

Aanvullend wordt nagegaan of er een samenhang is tussen de intentie om te doneren aan het Rode Kruis, de zelfeffectiviteit en de attitude. Afgaande op de Theory of Planned Behaviour (Fishbein & Yzer, 2003) kan de volgende hypothese worden opgesteld:

H4: De intentie om te doneren aan het Rode Kruis hangt samen met de eigen effectiviteit en de attitude ten opzichte van doneren aan het Rode Kruis.

Methode

Materiaal

Om een antwoord op de onderzoeksvraag te kunnen formuleren, werd er een experiment uitgevoerd. Voor dit experiment zijn twee narratieve teksten opgesteld, waarbij wordt geprobeerd de lezer te overtuigen van een donatie in geld aan het Rode Kruis. Participanten kregen willekeurig een van de twee narratieve teksten aangeboden.

Beide teksten behandelen het verhaal van een persoon, waarbij meerdere gebeurtenissen worden beschreven. Hiermee hebben de teksten duidelijk narratieve kenmerken.

Allebei de narratieven zijn gebaseerd op een bestaand verhaal van de website van het Rode Kruis en gaan over een vijf maanden oude baby uit Somalië. De baby, genaamd Abdikaafi Jimaale, lijdt aan ondergewicht door hongersnood. Abdikaafi kan voor zijn ondergewicht geholpen worden in het ziekenhuis. Hij krijgt zes keer per dag speciale therapeutische melk. Hiermee is Abdikaafi gered, maar voor andere kinderen uit Somalië komt hulp vaak te laat.

Het verschil tussen beide narratieve boodschappen is de manier waarop ingegaan wordt op het gewenste gedrag. Dit verschil in verwoording vormt de manipulatie, met als resultaat de twee verschillende versies. In de ene tekst is een zin toegevoegd, waarbij een vergelijking van de eigen situatie van de lezer met de situatie van Abdikaafi uit Somalië is gemaakt en meerdere malen het persoonlijke voornaamwoord 'jij' is verwerkt. In de andere tekst is het gewenste gedrag op een informatieve manier geformuleerd, waarbij geen vergelijking met eigen situatie is toegevoegd en het persoonlijke voornaamwoord 'jij' niet is verwerkt. Het meetniveau van de onafhankelijke variabele is dichotoom, namelijk wel of geen vergelijking. Onderstaande gearceerde teksten betreffen de manipulaties, waarbij manipulatie 1 zonder vergelijking met eigen situatie is en manipulatie 2 met een vergelijking van eigen situatie is.

Manipulatie 1: 'Met een klein beetje hulp kunnen kinderen zoals Abdikaafi worden gered. Voor €2,- kunnen deze kinderen al een week lang therapeutische melk krijgen om aan te sterken.'

Manipulatie 2: 'Jij kunt kinderen zoals Abdikaafi redden. Alle kleine beetjes helpen. Voor elk extra kopje koffie van €2,- dat jij drinkt, kan een kind zoals Abdikaafi een week lang therapeutische melk krijgen om aan te sterken.'

De eerste tekst bestaat uit 206 woorden en de tweede tekst bestaat uit 214 woorden. Zie voor beide teksten bijlage 1.

Proefpersonen

In totaal namen 275 respondenten deel aan het experiment. Voor het experiment werden er uitsluitende criteria gehanteerd. Alle respondenten die aan het experiment deelnamen dienden de Nederlandse taal voldoende te beheersen. Hier is voor gekozen, omdat anders de manipulatie onvoldoende kan worden begrepen. Uiteindelijk zijn 271 respondenten geselecteerd. Eén respondent is verwijderd, omdat hij de Nederlandse taal onvoldoende beheerste. Drie andere respondenten zijn verwijderd, omdat zij niet akkoord gingen met de voorwaarden van het experiment.

Alle respondenten waren tussen de 18 en 30 jaar oud. Deze doelgroep was gebaseerd op gegevens van Smith en McSweeney (2006) en Radley en Kennedy (1995). Het merendeel (63.8%) van de respondenten was tussen de 21 tot 25 jaar. In totaal namen 107 mannen (39.5%) en 164 vrouwen (60.5%) deel aan het experiment. Van bijna alle geselecteerde respondenten is Nederlands hun moedertaal (99.6%). Van één persoon (.4%) is Nederlands niet zijn of haar moedertaal, maar deze respondent heeft eindexamen gedaan in het Nederlands.

Alle respondenten beschikten over een opleidingsniveau variërend van basisonderwijs tot en met hoger beroepsonderwijs. Het meest frequente opleidingsniveau van de respondenten was hoger beroepsonderwijs (70.8%).

De meeste respondenten (88.1%) hadden al eens overwogen om te doneren aan een goed doel. Slechts 32 respondenten (11.9%) hadden dit nog nooit overwogen. Uiteindelijk bleken 205 respondenten (68.1%) ook daadwerkelijk al eens te hebben gedoneerd. Het merendeel van de donaties was eenmalig (65.5%) en iets meer dan 30% van de respondenten doneerde maandelijks.

De respondenten die nog nooit hadden gedoneerd, noemden als belangrijkste reden dat ze de goederen of het geld voor andere zaken nodig hadden (15.1%). Ongeveer 10% van de respondenten doneerden niet, omdat zij dachten dat hun donatie in geld niet zou worden ingezet voor het goede doel. Zie bijlage 2 voor alle resultaten van de controlevragen.

Drie χ^2 -toetsen werden uitgevoerd voor de verhoudingen tussen de manipulaties en het geslacht, de leeftijdscategorieën en het opleidingsniveau van de respondenten. Uit een χ^2 -toets tussen de verschillende manipulaties en geslacht van de respondenten bleek geen significant verband te bestaan ($\chi^2 (1) = .01, p = .940$). Noch was er een verband tussen de verschillende manipulaties en de leeftijd van de respondenten ($\chi^2 (2) = 1.23, p = .541$) en ook niet tussen de verschillende manipulaties en het opleidingsniveau van de respondenten ($\chi^2 (4) = 4.98, p = .289$).

Onderzoeksontwerp

In dit onderzoek werd een tussenproefpersonenontwerp gehanteerd, aangezien elke participant aan slechts één niveau van de onafhankelijke variabele werd blootgesteld. Het was een 2x1 design, aangezien de onafhankelijke variabele twee niveaus had (geen vergelijk versus wel vergelijk), welke op een van de afhankelijke variabelen attitude, zelfeffectiviteit en intentie werd getoetst. De onafhankelijke variabele werd getoetst op nominaal meetniveau en de afhankelijke variabelen op ordinaal meetniveau.

Aanvullend werd nagegaan of er een samenhang is tussen intentie om te doneren, zelfeffectiviteit en attitude.

Instrumentatie

De afhankelijke variabelen attitude, zelfeffectiviteit en gedragsintentie werden in dit onderzoek gemeten. Voor de volledige vragenlijst zie bijlage 3.

De afhankelijke variabele attitude werd getoetst op basis van een vragenlijst van Hoeken, Hornikx en Hustinx (2012) en Smith et al. (2007). Deze bestond uit drie items met een zevenpunts Likertschaal. Een voorbeeld van een stelling is: “Als ik geld doneer aan het Rode Kruis, dan vind ik dat..”, waarbij 1 voor “Niet prettig” staat en 7 voor “Prettig”. Antwoordmogelijkheden van andere items waren: 1: “Onwaarschijnlijk” tot 7: “Waarschijnlijk” en 1: “Slecht besteed” tot 7: “Goed besteed”. De betrouwbaarheid van Attitude ten opzichte van doneren aan het Rode Kruis bestaande uit 9 items was adequaat $\alpha = .92$.

De afhankelijke variabele zelfeffectiviteit werd gemeten aan de hand van vier items met een zevenpunts Likertschaal. Deze items zijn gebaseerd op een vragenlijst van Hoeken, Hornikx en Hustinx (2012) en Smith et al. (2007). Een voorbeeld van een stelling is: “Ik acht mijzelf in staat om geld te doneren aan het Rode Kruis”, waarbij 1 voor “Helemaal mee

oneens” staat en 7 voor “Helemaal mee eens”. Een ander voorbeeld van een stelling is: “Ik ben er zeker van dat ik geld kan doneren aan het Rode Kruis”, waarbij 1 voor “Helemaal mee oneens” staat en 7 voor “Helemaal mee eens”. De betrouwbaarheid van eigeneffectiviteit ten opzichte van doneren aan het Rode Kruis bestaande uit 4 items was laag $\alpha = .64$. De betrouwbaarheid werd adequaat wanneer het item “Of ik geld ga doneren, heb ik volledig in eigen hand”, waarbij 1 voor “Helemaal mee oneens” staat en 7 voor “Helemaal mee eens”, verwijderd werd. Om die reden is dit item niet meegenomen in de data-analyse. De betrouwbaarheid van eigeneffectiviteit ten opzichte van doneren aan het Rode Kruis bestaande uit 3 items was adequaat $\alpha = .73$.

De laatste afhankelijke variabele die werd gemeten was de gedragsintentie. Welke werd gemeten aan de hand van een vragenlijst van twee items met een zevenpunts Likertschaal, gebaseerd op een vragenlijst van Hoeken, Hornikx en Hustinx (2012) en Smith et al. (2007). Een voorbeeld van een stelling is: “Op dit moment ben ik bereid om te doneren aan het Rode Kruis”, waarbij 1 voor “Zeker niet” staat en 7 voor “Zeker wel”. De betrouwbaarheid van intentie ten opzichte van doneren aan het Rode Kruis was adequaat $\alpha = .87$.

Ter controle werd gevraagd naar demografische gegevens, waaronder geslacht, leeftijd, beheersing van de Nederlandse taal, opleidingsniveau en maandsalaris. Naast de demografische gegevens werd de respondent ook gevraagd naar eerder donatiegedrag. Hier is voor gekozen, omdat in dit onderzoek de intentie om te doneren werd gemeten. Door deze controlevragen kon worden vastgesteld of de respondenten al de intentie hadden om te doneren zonder de narratieve teksten te hebben gelezen. Hierdoor konden eventuele resultaten mogelijk worden verklaard.

De controlevragen met betrekking tot eerder donatiegedrag zijn ‘Heeft u vrienden/familie die wel eens doneren of gedoneerd hebben aan goede doelen?’, ‘Heeft u in het verleden wel eens overwogen om te doneren aan een goed doel?’, ‘Heeft u daadwerkelijk al eens gedoneerd aan het goede doel?’, ‘Was de donatie eenmalig of voor een bepaalde periode’ en ‘Wat was uw belangrijkste reden om niet te doneren?’.

Procedure

Het onderzoek werd individueel afgenomen en vond online plaats. De vragenlijst werd ingevoerd in Qualtrics. Er zat geen beloning verbonden aan het deelnemen aan het experiment.

De werving van participanten vond online plaats via Facebook. In het wervingsbericht werd gevraagd of men mee wilde doen aan een onderzoek naar donatiegedrag. Daarbij werd de eis gesteld dat de participanten tussen de 18 en 30 jaar oud moesten zijn. Door op een link te klikken in het wervingsbericht kwamen de respondenten bij de online vragenlijst.

Wanneer de participanten de online vragenlijst openden, kregen zij een inleidende tekst te lezen waarin de respondent werd bedankt voor zijn deelname. Vervolgens werd uitgelegd wat de respondent moest doen. Er werd enkel verteld dat het een onderzoek was over doneren aan het Rode Kruis. Als laatste werd in de inleidende tekst uitgelegd dat de gegevens anoniem worden bewaard en uitsluitend voor wetenschappelijke doeleinden worden gebruikt. De respondenten moesten vervolgens op 'akkoord' of 'niet akkoord' klikken om door te kunnen gaan naar het onderzoek.

Na de inleidende tekst kregen de respondenten enkele controlevragen. Nadat zij deze hadden beantwoord, werden de respondenten verzocht de gemanipuleerde tekst aandachtig te lezen. Na het lezen van de tekst vulden de participanten de vragen over de attitude, zelfeffectiviteit en intentie in. Aan de participanten werden deze afhankelijke variabelen niet expliciet duidelijk gemaakt. Na het invullen van de vragenlijst werden de respondenten bedankt voor hun deelname. Daarnaast werd aangegeven dat zij een van de proefleiders konden mailen wanneer zij aan- of opmerkingen hadden. Er werd niet uitgelegd wat er precies werd onderzocht.

De procedure was voor iedere respondent gelijk. Er zijn geen storende factoren geweest en de gemiddelde afdruk was afgerond vijftien minuten.

Statistische toetsing

Om het effect van de onafhankelijke variabele (met of zonder vergelijking van eigen situatie) op de afhankelijke variabelen attitude, zelfeffectiviteit en intentie te meten, werd een *t*-toets uitgevoerd.

De mogelijke samenhang tussen de drie afhankelijke variabelen werd getoetst worden door middel van een multiple regressie. Al deze testen zijn uitgevoerd met behulp van SPSS-versie 23.0.

Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het onderzoek beschreven. In onderstaande tabel zijn gemiddeldes en standaarddeviaties van de afhankelijke variabelen attitude, eigen effectiviteit en intentie om te doneren aan het Rode Kruis per conditie weergegeven.

Tabel 3. De gemiddeldes (M) en standaarddeviaties (SD) van de attitude ten opzichte van doneren, de eigen effectiviteit ten opzichte van doneren en de intentie om te doneren aan het Rode Kruis voor de narratieven met vergelijking en zonder vergelijking van de eigen situatie (1= negatief, 7=positief; n= aantal respondenten)

	Met vergelijking n= 135 M (SD)	Zonder vergelijking n= 136 M (SD)
Attitude	5.10 (1.11)	5.02 (1.11)
Eigen effectiviteit	4.50 (1.33)	4.43 (1.35)
Intentie	3.36 (1.43)	2.94 (1.44)

Resultaten t-toets

Om hypothese 1 te toetsen werd een *t*-toets uitgevoerd. Uit een *t*-toets van Attitude ten opzichte van doneren aan het Rode Kruis bleek er geen significant verschil te zijn tussen het gebruik van wel of geen vergelijking met eigen situatie in een narratief wat betreft de attitude ($t(269) = .55$, 95% CI [-.19, .34], $p = .586$).

Om hypothese 2 te toetsen, werd ook een *t*-toets uitgevoerd. Uit een *t*-toets van de eigeneffectiviteit ten opzichte van doneren aan het Rode Kruis bleek er geen significant verschil te zijn tussen het gebruik van wel of geen vergelijking met eigen situatie in een narratief wat betreft de eigeneffectiviteit ($t(269) = .46$, 95% CI [-.24, .40], $p = .647$).

Ook de derde hypothese werd getoetst door middel van een *t*-toets. Uit een *t*-toets van intentie om te doneren aan het Rode Kruis bleek er een significant verschil te zijn tussen het gebruik van wel en geen vergelijking in een narratief wat betreft de intentie om te doneren aan het Rode Kruis ($t(269) = 2.372$, 95% CI [.07, .76], $p = .018$). Respondenten die het narratief

met vergelijking van eigen situatie hadden gelezen ($M = 3.36$, $SD = 1.43$) bleken een sterkere intentie te hebben om te doneren aan het Rode Kruis dan respondenten die het narratief zonder vergelijking met eigen situatie hadden gelezen ($M = 2.95$, $SD = 1.44$).

Resultaten multiple regressie

De vierde en laatste hypothese werd getoetst door middel van een multiple regressie.

Aangezien de intentie om te doneren aan het Rode Kruis voor beide manipulaties significant was, werd een aparte multiple regressie per conditie uitgevoerd.

Uit een multiple regressie bleek dat de intentie om te doneren aan het Rode Kruis, bij de respondenten die de manipulatie met vergelijking van eigen situatie hadden gelezen, voor 47% te verklaren was door de ingebrachte variabelen attitude en zelfeffectiviteit ($F(2, 132) = 59.63$, $p < .001$). De attitude ten opzichte van doneren aan het Rode Kruis bleek een significante voorspeller van intentie om te doneren aan het Rode Kruis ($\beta = .18$, 95% CI [.06, .41], $p = .008$). De zelfeffectiviteit ten opzichte van doneren aan het Rode Kruis bleek eveneens een significante voorspeller van intentie om te doneren aan het Rode Kruis ($\beta = .61$, 95% CI [.51, .80], $p < .001$). Een toename van de intentie om te doneren aan het Rode Kruis ging dus gepaard met een toename in attitude en zelfeffectiviteit ten opzichte van doneren aan het Rode Kruis.

Uit een multiple regressie bleek dat de intentie om te doneren aan het Rode Kruis, bij de respondenten die de manipulatie met vergelijking van eigen situatie hadden gelezen, voor 33% te verklaren was door de ingebrachte variabelen attitude en zelfeffectiviteit ($F(2, 133) = 33.56$, $p < .001$). De zelfeffectiviteit ten opzichte van doneren aan het Rode Kruis bleek een significante voorspeller van intentie om te doneren aan het Rode Kruis ($\beta = .51$, 95% CI [.38, .71], $p < .001$), maar de attitude ten opzichte van doneren aan het Rode Kruis niet ($\beta = .13$, 95% CI [-.03, .37], $p = .093$). Onderstaande tabel geeft de resultaten weer van de multiple regressie per conditie.

Tabel 4. *Regressie-analyses voor attitude en zelfeffectiviteit ten opzichte van doneren aan het Rode Kruis als voorspellers van de intentie om te doneren aan het Rode Kruis voor de narratieven met vergelijking en zonder vergelijking van de eigen situatie met de situatie van het slachtoffer (n = aantal respondenten)*

Variabele	Met vergelijking (n = 135)			Zonder vergelijking (n = 136)		
	B	SE B	β	B	SE B	β
<u>Intercept</u>	-.77	.46		-.33	.50	
Attitude	.23	.07	.18	.17	.10	.13
Zelfeffectiviteit	.65	.09	.61	.55	.08	.51
R^2	.47			.33		
F	59.63			33.56		

Aangezien enkel de zelfeffectiviteit een significante voorspeller was van de intentie om te doneren aan het Rode Kruis, is er een enkelvoudige regressie uitgevoerd waarbij alleen de voorspeller zelfeffectiviteit is opgenomen. Uit een enkelvoudige regressie bleek dat de intentie om te doneren aan het Rode Kruis voor 32% te verklaren was door de ingebrachte variabele zelfeffectiviteit ($F(1,134) = 63.39, p < .001$). De zelfeffectiviteit ten opzichte van doneren aan het Rode Kruis bleek een significante voorspeller van intentie om te doneren aan het Rode Kruis ($\beta = .57, 95\% \text{ CI } [.45, .75], p < .001$). Een toename van de intentie om te doneren aan het Rode Kruis ging dus gepaard met een toename in zelfeffectiviteit ten opzichte van doneren aan het Rode Kruis. Onderstaande tabel geeft de resultaten weer van de enkelvoudige regressie-analyse.

Tabel 5. *Enkelvoudige regressie-analyse voor zelfeffectiviteit ten opzichte van doneren aan het Rode Kruis als voorspeller van de intentie om te doneren aan het Rode Kruis voor het narratief zonder vergelijking van de eigen situatie met de situatie van het slachtoffer (n = 136)*

Variabele	B	SE B	β
<u>Intercept</u>	.27	.35	
Zelfeffectiviteit	.60	.08	.57
R^2	.32		
F	63.39		

Conclusie en discussie

Conclusie

In dit onderzoek werd onderzocht in hoeverre het verschil in verwoording, door het al dan niet opnemen van een vergelijking van de eigen situatie van de lezer met de situatie van het slachtoffer in een narratieve tekst, de gedragsdeterminanten attitude, zelfeffectiviteit en intentie om te doneren aan het Rode Kruis beïnvloedt.

Op basis van de resultaten van dit onderzoek werd hypothese 1 verworpen. De respondenten die de narratieve tekst met vergelijking van de eigen situatie met die van de situatie van het slachtoffer lasen, hadden geen positievere attitude ten opzichte van doneren aan het Rode Kruis dan respondenten die de narratieve tekst zonder vergelijking hadden gelezen.

De tweede hypothese werd ook verworpen op basis van de resultaten van dit onderzoek. Het bleek namelijk dat de respondenten die de narratieve tekst met vergelijking van de eigen situatie van de lezer met de situatie van het slachtoffer lasen geen hogere zelfeffectiviteit ten opzichte van het doneren aan het Rode Kruis ervoeren, dan respondenten die de narratieve tekst lasen waarbij geen gebruik werd gemaakt van een vergelijking.

De derde opgestelde hypothese werd aangenomen. Uit de resultaten van dit onderzoek bleek dat de respondenten die een narratieve tekst lasen waarin de situatie van het slachtoffer werd vergeleken met de eigen situatie van de lezer een hogere intentie ten opzichte van doneren aan het Rode Kruis ervoeren, dan wanneer respondenten een narratief zonder vergelijking lasen.

Aanvullend werd er nagegaan of er een samenhang was tussen de intentie om te doneren aan het Rode Kruis, de zelfeffectiviteit en de attitude. Hypothese vier werd op basis van de resultaten van dit onderzoek deels aangenomen. De intentie om te doneren aan het Rode Kruis was alleen afhankelijk van de attitude en zelfeffectiviteit wanneer de respondenten de narratieve tekst met vergelijking lasen. Een toename van zelfeffectiviteit en attitude ging gepaard met een toename van de intentie om te doneren aan het Rode Kruis. Wanneer de respondenten de tekst zonder vergelijking hadden gelezen, ging een toename van zelfeffectiviteit gepaard met een toename van de intentie om te doneren aan het Rode Kruis. Attitude bleek in dat geval geen significante voorspeller te zijn van de gedragsintentie.

Al met al blijkt uit de resultaten van dit onderzoek dat een verschil in verwoording, door het al dan niet opnemen van een vergelijking van de eigen situatie van de lezer met de situatie van het slachtoffer in een narratieve tekst, de constructen attitude en zelfeffectiviteit

ten opzichte van doneren aan het Rode Kruis niet beïnvloedt. Een verschil in verwoording beïnvloedt wel de intentie ten opzichte van doneren aan het Rode Kruis.

Bovendien bleek er een samenhang te zijn tussen de intentie om te doneren, de attitude en de zelfeffectiviteit. Wanneer een vergelijking van de eigen situatie van de lezer met de situatie van het slachtoffer was opgenomen in het narratief, bleek dat een toename van attitude en zelfeffectiviteit gepaard ging met een toename van de intentie om te doneren aan het Rode Kruis. Wanneer er geen vergelijking in de narratieve tekst was opgenomen, bleek dat alleen een toename van zelfeffectiviteit gepaard ging met een toename van de intentie om te doneren aan het Rode Kruis.

Discussie

De verwachting was dat de attitude, zelfeffectiviteit en intentie om te doneren aan het Rode Kruis positief werden beïnvloed wanneer een vergelijking van de eigen situatie van de lezer met de situatie van het slachtoffer werd opgenomen in een narratief. De intentie om te doneren aan het Rode Kruis bleek positief te zijn beïnvloed. Dit komt met de literatuur. De attitude en zelfeffectiviteit werden echter niet positief beïnvloedt wanneer een vergelijking van de eigen situatie met de situatie van het slachtoffer werd opgenomen. Dit is in tegenspraak met de literatuur.

Daarnaast was de verwachting dat de intentie om te doneren aan het Rode Kruis afhankelijk was van de attitude en zelfeffectiviteit ten opzichte van doneren aan het Rode Kruis. Dit is deels in tegenspraak met de literatuur.

Mogelijke verklaringen

Het uitblijven van een positief effect op de attitude en zelfeffectiviteit ten opzichte van doneren aan het Rode Kruis bij een narratieve tekst met vergelijking kan mogelijk verklaard worden doordat er geen of maar geringe zelfreferentie als gevolg van de manipulatie heeft plaatsgevonden.

Zelfreferentie zou de transportatie vergroten (Green, 2008), waardoor de attitude en zelfeffectiviteit op een positieve manier zou worden beïnvloed (Green, 2004, 2008; Green & Brock, 2000). Volgens onderzoek van Escalas (2017) en Dijksterhuis (2004) zou zelfreferentie worden geactiveerd wanneer er een vergelijking in de tekst wordt gemaakt met persoonlijke ervaringen van de lezer en wanneer er gebruik wordt gemaakt van persoonlijke voornaamwoorden. Dit is echter niet gebleken. Wellicht is de manipulatie, met daarin de suggestie dat al voor de prijs van een kopje koffie baby Abdikaafi een week lang geholpen

zou zijn, niet voldoende geweest om de situatie van het slachtoffer te vergelijken met persoonlijke ervaringen van de lezer. De manipulatie speelt namelijk meer in op het gedrag om te geven dan op het verhaal van baby Abdikaafi zelf.

Een andere mogelijke verklaring voor het uitblijven van een positievere attitude en zelfeffectiviteit bij een narratieve tekst met vergelijking, is de kwaliteit van het narratief en daarmee de mate van transportatie. Narratieven zijn bewezen effectief in hun overtuiging door transportatie (Escalas, 2017). Er is echter nog weinig onderzoek gedaan naar hoe verschillende elementen binnen narratieven invloed hebben op de mate van transportatie. Zo vraagt Green (2008) zich af in haar onderzoek of er minimumnormen zijn voor de lengte van het narratief of dat bepaalde plotten in het verhaal effectiever zijn dan anderen. Wellicht was het plot van Abdikaafi niet effectief genoeg of was de lengte van het narratief niet lang genoeg om de lezer te transporteren, waardoor de eigen overtuigingen en waarden van de lezer in de echte wereld ook niet werden beïnvloed (Green & Brock, 2000). En daarmee dus ook niet de attitude en zelfeffectiviteit.

Een derde verklaring is dat het merendeel van de respondenten al daadwerkelijk eens gedoneerd had (86.1%). Uit dit onderzoek bleek dat de attitude en zelfeffectiviteit ten opzichte van doneren aan het Rode Kruis al redelijk positief waren (zie tabel 3). Wanneer de respondenten al eens hebben gedoneerd, is het gewenste gedrag al gedrag dat wordt uitgevoerd. Afgaande op de Theory of Planned Behaviour (Fishbein & Yzer, 2003) is het dan ook logisch dat de attitude en zelfeffectiviteit ten opzichte van het gewenste gedrag al hoog zijn en dus niet op een positieve manier beïnvloed kunnen worden.

Afgaande op de resultaten van de multiple regressie blijkt dat de attitude ten opzichte van doneren aan het Rode Kruis, bij een narratieve tekst met vergelijking, een goede voorspeller van intentie is, maar niet sterk genoeg is beïnvloed om voor een effect te zorgen. Bij de narratieve tekst zonder vergelijking is de attitude niet beïnvloedt, want de gedragsdeterminant is in dit geval ook geen significante voorspeller van de intentie. De vergelijking in de tekst heeft dus de attitude beïnvloedt. Afgaande op het TPB-model (Fishbein & Yzer, 2003) kan dit mogelijk liggen aan achterliggende factoren die de attitude tot stand brengen en daardoor bij de narratieve tekst met vergelijking de attitude hebben beïnvloed, maar bij de narratieve tekst zonder vergelijking niet. Deze achterliggende factoren zijn echter niet bevraagd in dit onderzoek.

Beperkingen en suggesties vervolgonderzoek

Een limitatie aan dit huidige onderzoek is het gebrek aan verscheidenheid in de groep respondenten. Veel van de respondenten hadden al eens gedoneerd aan een goed doel. Aangezien dit onderzoek zich richtte op het overtuigen tot een donatie in geld aan het goede doel het Rode Kruis, is het een beperking dat de meeste respondenten al het gewenste gedrag vertoonden. Wanneer het gewenste gedrag al gedrag is dat de respondenten uitvoeren, hoeft iemand immers ook niet meer overtuigd te worden. In dit onderzoek was het niet mogelijk om de respondenten die al doneren uit te sluiten van deelname, omdat er dan een te kleine groep respondenten overbleef. Hierdoor zou de groep niet voldoen aan de assumpties voor een *t*-toets. In verband met de beperkte tijd die voor dit onderzoek stond, was het niet haalbaar nieuwe respondenten te werven. In vervolgonderzoek kan dan ook gefocust worden op mensen die nog niet gedoneerd hebben. Bij deze groep is er nog wel verandering in gedrag mogelijk en daarmee de mogelijkheid de attitude en zelfeffectiviteit positief te beïnvloeden. Een andere suggestie voor vervolgonderzoek is het gebruik van een ander goed doel dan het Rode Kruis, want dit goede doel heeft het op een na beste imago van alle goede doelen in Nederland (auteur onbekend, 2016). Bij een minder bekend of vanzelfsprekend doel is er wellicht meer weerstand te overwinnen en zijn er minder mensen die al doneren, waardoor de intentie om te doneren aan dat goede doel nog wel te beïnvloeden is.

Een tweede limitatie binnen de steekproef is dat de meeste respondenten tussen de 21 en 25 jaar oud zijn (63.8%). Dit kan van invloed zijn geweest op de resultaten, omdat deze doelgroep is gebaseerd op eerder onderzoek van Smith en McSweeney (2006), Knowles, Hyde en White (2012) en Radley en Kennedy (1995). Uit die onderzoeken bleek dat jongeren onder de 30 zich niet verantwoordelijk voelen om te doneren en dat zij een lage zelfeffectiviteit ervaren, omdat jongeren het gevoel hebben niet genoeg financiële middelen tot hun beschikking te hebben. Deze onderzoeken richtten zich echter niet op Nederlandse jongeren. Wellicht gaan deze kenmerken dan ook niet volledig op voor jonge mensen uit Nederland, omdat uit dit onderzoek bleek dat een groot gedeelte van deze groep al eens had gedoneerd. In vervolgonderzoek is het dan ook interessant om andere doelgroepen te onderzoeken of dieper in te gaan op de doelgroep jongeren tussen de 18 en 30 jaar.

Een derde limitatie aan dit onderzoek is het stimulusmateriaal. Het narratief wat de respondenten hebben gelezen, gaat over baby Abdikaafi die speciale melk nodig heeft vanwege ondervoeding door hongersnood. Zoals in de verklaringen van de resultaten was te lezen, kan het zijn dat de kwaliteit van het narratief en de manipulatie onvoldoende was. Hierdoor zijn de respondenten wellicht niet genoeg getransporteerd in het verhaal van

Abdikaafi, waardoor de eigen overtuigingen en attitudes van de lezer in de echte wereld niet werden beïnvloed (Green & Brock, 2000). In vervolgonderzoek is het interessant om de mate van transportatie te manipuleren. Transportatie speelt namelijk een belangrijke rol in het overtuigingsproces van narratieven en heeft daarmee invloed op attitudes en zelfeffectiviteit (Green, 2004, 2008; Green & Brock, 2000). Ook Green (2008) stelt dat het interessant is om onderzoek te doen naar de beïnvloeding van de mate van transportatie door verschillende elementen in narratieven. Dit kan bijvoorbeeld de lengte van het narratief zijn, want Gray en Harrington (2011) toonden eerder al aan dat een narratief van 265 woorden te kort is om de lezer te laten transporteren in het verhaal. De narratieven in dit onderzoek telden 206 en 214 woorden. Dit kan wellicht dus van invloed zijn geweest op de mate van transportatie van de lezer. Green (2008) gaf al in eerder onderzoek aan dat er ook kan worden gekeken naar de effectiviteit van structuren in het narratief.

Een andere limitatie aan het stimulusmateriaal is de kwaliteit van de manipulatie. In dit onderzoek werd geprobeerd door verschil in verwoording zelfreferentie te activeren. Dit is echter niet gelukt. Voor vervolgonderzoek kan het interessant zijn zelfreferentie op een andere manier te manipuleren en daarmee te onderzoeken welke elementen een hoge mate van zelfreferentie activeren. In dit onderzoek is namelijk in de manipulatie voornamelijk ingespeeld op het gedrag om te geven en niet op de situatie van baby Abdikaafi zelf.

De laatste limitatie aan dit onderzoek is dat de waargenomen norm niet is meegenomen. Volgens de Theory of Planned Behaviour (Fishbein & Yzer, 2003) speelt de waargenomen norm echter ook een belangrijke rol in de totstandkoming van de intentie om bepaald gedrag te vertonen. Het is interessant om deze gedragsdeterminant in vervolgonderzoek ook mee te nemen. Daarnaast is het ook interessant om dieper in te gaan op hoe de zelfeffectiviteit en attitude tot stand komen en hoe deze gedragsdeterminanten kunnen worden beïnvloed.

Praktische implementaties

Ondanks dat de resultaten van dit onderzoek niet in lijn waren met de verwachtingen, heeft dit onderzoek bijgedragen aan de kennis omtrent de invloed van het gebruik van verschil in verwoording binnen narratieven op de gedragsdeterminanten attitude, zelfeffectiviteit en intentie afgeleid van de Theory of Planned Behaviour (Fishbein & Yzer, 2003). Uit dit onderzoek bleek dat zelfreferentie activeren en daarmee de attitude en zelfeffectiviteit te beïnvloeden minder makkelijk bleek te zijn gezien de uitblijvende effecten.

Vervolgonderzoek kan dieper ingaan op de totstandkoming en beïnvloeding van de attitude en zelfeffectiviteit.

Door dit onderzoek hebben ontwikkelaars van fondsenwervende teksten meer inzicht gekregen omtrent het gebruik van verschil in verwoording op de gedragsdeterminanten attitude, zelfeffectiviteit en intentie. Wanneer een vergelijking wordt opgenomen in een narratieve tekst is de intentie om te doneren afhankelijk van de attitude en zelfeffectiviteit. Wanneer er geen vergelijking is opgenomen, gaat een toename van de intentie om te doneren gepaard met een toename van de zelfeffectiviteit en niet met een toename van de attitude. Een vergelijking opnemen in een narratieve tekst beïnvloedt dus de attitude ten opzichte van doneren. De resultaten van dit onderzoek kunnen liefdadigheidsorganisaties helpen om effectieve overtuigende communicatie te gebruiken om op die manier het publiek te overtuigen om geld te doneren.

Bronnenlijst

- Auteur onbekend (2016, 20 juli). KWF heeft sterkste imago goede doelen. *De Telegraaf*.
Geraadpleegd van <https://www.telegraaf.nl/nieuws/395088/kwf-heeft-sterkste-imago-goede-doelen>.
- Das, E., Kerkhof, P., & Kuiper, J. (2008). Improving the effectiveness of fundraising messages: The impact of charity goal attainment, message framing, and evidence on persuasion. *Journal of Applied Communication Research*, 36, 161-175. doi: 10.1080/00909880801922854.
- De Graaf, A. (2014). The effectiveness of adaptation of the protagonist in narrative impact: similarity influences health beliefs through self-referencing. *Human communication research*, 40, 73-90. doi: 10.1111/hcre.12015
- De Graaf, A., Hoeken, H., Sanders, J., & Beentjes, J. (2012). Identification as a mechanism of narrative persuasion. *Communication Research*, 39(6), 802-823. doi: 10.1177/0093650211408594
- De Graaf, A., Hoeken, H., Sanders, J., & Beentjes, J. (2009). The role of dimensions of narrative engagement in narrative persuasion. *Communications*, 34, 385-405. doi:10.1515/COMM.2009.024
- De Graaf, A., Sanders, J., & Hoeken, H. (2016). Characteristics of narrative interventions and health effects: A review of the content, form, and context of narratives in health-related narrative persuasion research. *Review of Communication Research*, 4, 88-131. doi: 10.12840/issn. 2255- 4165.2016.04.01.011
- Dijksterhuis, A. (2004). I like myself but I don't know why: Enhancing implicit self-esteem by subliminal evaluative conditioning. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86(2), 345-355.
- Dunlop, S., Wakefield, M., & Kashima, Y. (2010). Pathway to persuasion: cognitive and experiential responses to health-promoting mass media messages. *Communication research*, 37(1), 133-164. doi: 10.1177/0093650209351912
- Escalas, J. (2007). Self-referencing and persuasion: narrative transportation versus analytical elaboration. *Journal of consumer research*, 33(4). doi: 10.1086/510216
- Fishbein, M., & Yzer, M. (2003). Using theory to design effective health behavior interventions. *Communication Theory*, 13(2), 164-183.

- Fransen, M., Smit, E., & Verlegh, P. (2015). Strategies and motives for resistance to persuasion: An integrative framework. *Frontiers in Psychology*, 6. doi:10.3389/fpsyg.2015.01201
- Gray, J. B., & Harrington, N. G. (2011). Narrative and framing: A test of an integrated message strategy in the exercise context. *Journal of Health Communication*, 16, 264-281. doi: 10.1080/10810730.2010.529490
- Green, M. (2004). Transportation into narrative worlds: The role of prior knowledge and perceived realism. *Discourse Processes*, 38(2), 247-266, doi: 10.1207/s15326950dp3802_5
- Green, M. (2008). Research challenges in narrative persuasion. *Information Design Journal*, 16(1), 47-52.
- Green, M. (2006). Narratives and cancer communication. *Journal of Communication*, 56(1), 163-183.
- Green, M. & Brock, T. (2000). The role of transportation in the persuasiveness of public narratives. *Journal of personality and social psychology*, 79(5), 701-721. doi: 10.1037//0022-3514.79.5.701
- Hoeken, H., Hornikx, J., & Hustinx, L. (2012). *Overtuigende Teksten. Onderzoek en Ontwerp*. Bussum: Uitgeverij Coutinho.
- Knowles, R., Hyvde, K., & White, M. (2012). Predictors of Young People's Charitable Intentions to Donate Money: An Extended Theory of Planned Behavior Perspective. *Journal of Applied Social Psychology*, 42. doi:10.1111/j.1559-1816.2012.00932.x
- Lemal, M., & Van den Bulck, J. (2010). Testing the effectiveness of a skin cancer narrative in promoting positive health behavior: A pilot study. *Preventive Medicine*, 51, 178-181.
- Madden, K. (2006). Giving and identity: Why affluent australians give - or don't - to community causes. *Australian Journal of Social Issues*, 41(1), 453-476. doi:10.1002/j.1839-4655.2006.tb00999.x
- Moyer-Gusé, E., Mahood, C. & Brookes, S. (2011). Entertainment-education in the context of humor: effects on safer sex intentions and risk perceptions. *Journal of Health Communication*, 16(8), 765-775, doi: 10.1080/10410236.2011.566832
- Oosterhof, L., Heuvelman, A., & Peters, O. (2009). Donation to disaster relief campaigns: Underlying social cognitive factors exposed. *Evaluation and Program Planning*, 32(2), 148-157.
- Radley, A., & Kennedy, M. (1995). Charitable giving by individuals: A study of attitudes and practice. *Human Relations*, 48, 685-709.

- Bekkers, R., Schuyt, T., & Gouwenberg, B. (2017). *Geven in Nederland. Huishoudens, nalatenschappen, fondsen, bedrijven, goede doelenloterijen en vrijwilligers*. Amsterdam: Vrije universiteit.
- Smith, J., & McSweeney, A. (2007). Charitable giving: The effectiveness of a revised theory of planned behaviour model in predicting donating intentions and behaviour. *Journal of Community and Applied Social Psychology*, 17, 363-386.
- Ülkü, M., Bell, K., & Wilson, S. (2015). Modeling the impact of donor behavior on humanitarian aid operations. *Annals of Operations Research*, 230(1), 153-168.
- Venema, E. (2017, 7 januari). Oplichtingsmachine schaadt vertrouwen in goede doelen. *De Dikke Blauwe*. Geraadpleegd van <https://www.dedikkeblauwe.nl>.

Bijlage 1 – Stimulusmateriaal

Narratief met vergelijking van eigen situatie van de lezer met situatie van het slachtoffer.



Abdikaafi Jimaale weegt iets meer dan 3 kilo. Een normaal gewicht voor een pasgeboren baby. Maar Abdikaafi is al 5 maanden oud. Zijn oma heeft hem daarom meegenomen naar het Kismayo ziekenhuis in Somalië. De moeder van Abdikaafi leeft niet meer.

Het Rode Kruis-ziekenhuis heeft de laatste maanden 369 patiënten als Abdikaafi toegelaten. Dat is een zorgwekkende 40 procent meer dan een jaar eerder. De aanleiding? Hongersnood.

Niet genoeg eten

De droogte blijft maar aanhouden waardoor oogsten mislukken. Meer dan de helft van de Somaliërs heeft daardoor niet genoeg te eten.

Dat is vooral voor kinderen een groot probleem. Zij verbranden veel energie en moeten vaak en voedszaam eten. Dat lukt niet meer. Ondervoeding is een groot gevaar.

Therapeutische melk

Gelukkig is er nog plek in het ziekenhuis voor Abdikaafi Jimaale. Hij wordt meteen op een voedselprogramma gezet en krijgt zes keer per dag speciale, therapeutische melk. Verpleegkundigen houden precies bij hoeveel hij aankomt. Abdikaafi komt er waarschijnlijk wel weer bovenop. Voor andere kinderen zijn de vooruitzichten minder gunstig. Voor sommige kinderen komt hulp soms niet meer op tijd.

Jij kunt kinderen zoals Abdikaafi redden. Alle kleine beetjes helpen. Voor elk extra kopje koffie van €2,- dat jij drinkt kan een kind zoals Abdikaafi een week lang therapeutische melk krijgen om aan te sterken.



Narratief zonder vergelijking van eigen situatie van de lezer met situatie van het slachtoffer.



Abdikaafi Jimaale weegt iets meer dan 3 kilo. Een normaal gewicht voor een pasgeboren baby. Maar Abdikaafi is al 5 maanden oud. Zijn oma heeft hem daarom meegenomen naar het Kismayo ziekenhuis in Somalië. De moeder van Abdikaafi leeft niet meer.

Het Rode Kruis-ziekenhuis heeft de laatste maanden 369 patiënten als Abdikaafi toegelaten. Dat is een zorgwekkende 40 procent meer dan een jaar eerder. De aanleiding? Hongersnood.

Niet genoeg eten

De droogte blijft maar aanhouden waardoor oogsten mislukken. Meer dan de helft van de Somaliërs heeft daardoor niet genoeg te eten.

Dat is vooral voor kinderen een groot probleem. Zij verbranden veel energie en moeten vaak en voedszaam eten. Dat lukt niet meer. Ondervoeding is een groot gevaar.

Therapeutische melk

Gelukkig is er nog plek in het ziekenhuis voor Abdikaafi Jimaale. Hij wordt meteen op een voedselprogramma gezet en krijgt zes keer per dag speciale, therapeutische melk. Verpleegkundigen houden precies bij hoeveel hij aankomt. Abdikaafi komt er waarschijnlijk wel weer bovenop. Voor andere kinderen zijn de vooruitzichten minder gunstig. Voor sommige kinderen komt hulp soms niet meer op tijd.

Met een klein beetje hulp kunnen kinderen zoals Abdikaafi worden gered. Voor €2,- kunnen deze kinderen al een week lang therapeutische melk krijgen om aan te sterken.



Bijlage 2 – Resultaten controlevragen

Onderstaande tabel weergeeft alle resultaten van de controlevragen over demografische gegevens.

Tabel 1. Aantal respondenten (n) en gemiddelde percentages (%) per categorie per controlevraag demografische gegevens

Controlevraag	Aantal respondenten N = 271	Percentage
Leeftijd		
18 – 20 jaar	58	21.4%
21 – 25 jaar	173	63.8%
26 – 30 jaar	38	14 %
Missing	2	.7%
Geslacht		
Man	107	39.5%
Vrouw	164	60.5%
Opleidingsniveau		
Basisonderwijs	1	.4%
Middelbaar onderwijs (VMBO)	4	1.5%
Middelbaar onderwijs (HAVO/VWO)	28	10.3%
Middelbaar beroepsonderwijs (MBO)	46	17.0%
Hoger beroepsonderwijs (HBO/WO)	192	70.8%
Maandsalaris		
€0,- tot €1000,-	171	63.1%
€1001,- tot €2000,-	68	25.1%
€2001,- tot €3000,-	25	9.2%
€3001,- tot €4000,-	2	.7%
€4001,- +	3	1.1%
Missing	2	.7%
Beheersing Nederlands		
Moedertaal	270	99.6%
Eindexamen	1	.4%
Inburgeringscursus	0	0%
Onvoldoende	1	.4%

Onderstaande tabel weergeeft alle resultaten van de controlevragen over eerder donatiegedrag.

Tabel 2. Aantal respondenten (n) en gemiddelde percentages (%) per categorie per controlevraag eerder donatiegedrag

Controlevraag	Aantal respondenten	Percentage
Vrienden en familie		
Ja	253	93.4%
Nee	5	1.8%
Weet ik niet	12	4.4%
Overwogen		
Ja	238	88.1%
Nee	32	11.9%
Daadwerkelijk		
Ja	205	86.1%
Nee	33	13.9%
Reden niet doneren		
Goederen/geld nodig voor andere dingen	41	15.1%
Donatie niet ingezet voor goede doel	28	10.3%
Weet ik niet	4	1.5%
Anders	5	1.8%
Frequentie donatie		
Eenmalig	135	65.5%
Maandelijks	63	30.6%
Jaarlijks	4	1.9%
Anders	4	1.9%

Bijlage 3 – Vragenlijst

Geachte heer/mevrouw,

Fijn dat u meedoet aan dit onderzoek van vijf bachelorstudenten Communicatie- en Informatiewetenschappen van de Radboud Universiteit in Nijmegen. Dit onderzoek gaat over doneren aan het Rode Kruis. Het onderzoek zal ongeveer 5 tot 10 minuten van uw tijd in beslag nemen.

Allereerst vragen wij u om een aantal algemene vragen te beantwoorden. Hierna zal er een tekst verschijnen. Wij vragen u deze aandachtig te lezen. Vervolgens zult u nog een aantal andere vragen beantwoorden. Het is belangrijk dat u deze vragen direct invult na het lezen van de tekst.

Vertrouwelijkheid van de onderzoeksgegevens

De gegevens die we in dit onderzoek verzamelen, zullen door wetenschappers gebruikt worden. Deze gegevens maken we volledig anoniem en bewaren we volgens de regels van de Radboud Universiteit. Uitgangspunt is dat de anoniem gemaakte data tenminste 10 jaar ten behoeve van de wetenschappelijke gemeenschap opvraagbaar zijn.

Vrijwilligheid

U doet vrijwillig mee aan dit onderzoek. Daarom kunt u op elk moment tijdens het invullen van de vragenlijst uw deelname stopzetten.

Alvast hartelijk dank voor uw deelname,

Frédérique Blaauw, Roel Smits, Sanne Meerman, Suze Meek en Yara Kloosterboer

Gaat u hiermee akkoord?

☐ Ja

☐ Nee

Wat is uw geslacht?

- ☐ Man
- ☐ Vrouw

Wat is uw leeftijd?

- ☐ 18-20
- ☐ 21-25
- ☐ 26-30

Hoe goed beheerst u de Nederlandse taal? Er zijn meerdere opties mogelijk.

- ☐ Nederlands is mijn moedertaal
- ☐ Ik heb eindexamen in het Nederlands gedaan
- ☐ Ik heb een inburgeringscursus in Nederland gedaan
- ☐ Ik beheers de Nederlandse taal onvoldoende om een tekst te lezen

Wat is uw hoogst afgeronde of huidige opleidingsniveau?

- ☐ Klik om te schrijven Keuze 7
- ☐ Basisonderwijs
- ☐ Middelbaar onderwijs (VMBO)
- ☐ Klik om te schrijven Keuze 8
- ☐ Middelbaar beroepsonderwijs (MBO)
- ☐ Hoger beroepsonderwijs (HBO/WO)

Hoeveel bedraagt uw netto maandsalaris?

- ☐ €0,- tot €1000,-
 - ☐ €1001,- tot €2000,-
 - ☐ €2001,- tot €3000,-
 - ☐ €3001,- tot €4000,-
 - ☐ €4001,- +
-

De volgende vragen hebben allemaal betrekking op een financiële donatie.

Heeft u vrienden/familie die wel eens doneren of gedoneerd hebben aan goede doelen?

- ☐ Ja
- ☐ Nee
- ☐ Weet ik niet

Heeft u in het verleden wel eens overwogen om te doneren aan een goed doel?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Heeft u daadwerkelijk al eens gedoneerd aan een goed doel?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Was de donatie eenmalig of voor een bepaalde periode?

- ☐ Eenmalig
- ☐ Maandelijks
- ☐ Jaarlijks
- ☐ Anders, namelijk.....

Wat was uw belangrijkste reden om niet te doneren (meerdere antwoorden mogelijk)?

- ☐ Ik heb de goederen of het geld nodig voor andere dingen.
- ☐ Ik denk dat mijn donaties niet daadwerkelijk worden ingezet voor het goede doel.
- ☐ Anderen om mij heen doneren ook niet.
- ☐ Weet ik niet.
- ☐ Anders, namelijk.....

U krijgt nu een tekst te zien. Wij vragen u om deze zorgvuldig te lezen. Na het lezen van de tekst krijgt u een aantal vragen/stellingen waar u antwoord op moet geven.

Als ik geld doneer aan het Rode Kruis dan vind ik dat..

	1	2	3	4	5	6	7	
Niet prettig	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Prettig
Nutteloos	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Nuttig
Onbevredigend	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Bevredigend
Ongunstig	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Gunstig
Negatief	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Positief
Niet attent	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Attent
Slecht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Goed

Als ik geld doneer aan het Rode Kruis dan helpt dat kinderen zoals Abdikaafi.

	1	2	3	4	5	6	7	
Onwaarschijnlijk	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Waarschijnlijk

Als ik geld doneer aan het Rode Kruis dan is dat geld..

	1	2	3	4	5	6	7	
Slecht bested	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Goed bested

Ik acht mijzelf in staat om geld te doneren aan Het Rode Kruis.

	1	2	3	4	5	6	7	
Helemaal mee oneens	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Helemaal mee eens

Ik ben er zeker van dat ik geld kan doneren aan het Rode Kruis.

	1	2	3	4	5	6	7	
Helemaal mee oneens	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Helemaal mee eens

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

	1	2	3	4	5	6	7	
Helemaal mee oneens	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Helemaal mee eens

Er staat mij niets in de weg om geld te doneren aan het Rode Kruis.

	1	2	3	4	5	6	7	
Helemaal mee oneens	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Helemaal mee eens

Op dit moment ben ik bereid om te doneren aan het Rode Kruis.

	1	2	3	4	5	6	7	
Zeker								Zeker
niet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	wel

Op dit moment weet ik zeker dat ik geld zou gaan doneren aan Het Rode Kruis.

	1	2	3	4	5	6	7	
Zeker								Zeker
niet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	wel

Als u gaat doneren, welke donatie is dan het meest van toepassing (kies in elke kolom de beste optie)?

☐ Eenmalig

☐ Maandelijks een vast bedrag

☐ Drie tot vijf maal per jaar

☐ Zes keer per jaar

☐ Vaker dan 6 keer per jaar

☐ Jaarlijks

☐ 2 euro

☐ 3 tot 5 euro

☐ 6 tot 10 euro

☐ 10 tot 30 euro

☐ 30 tot 50 euro

☐ meer dan 50 euro

Bijlage 4 – Verklaring geen fraude en plagiaat

Print en onderteken dit *Verklaring geen fraude en plagiaat* formulier en voeg dit formulier als laatste bijlage toe aan de eindversie van de bachelorscriptie die in papieren versie wordt ingeleverd bij de eerste begeleider.

Ondergetekende

Yara Kloosterboer, S1013135

Bachelorstudent Communicatie- en Informatiewetenschappen aan de Letterenfaculteit van de Radboud Universiteit Nijmegen, verklaart met ondertekening van dit formulier het volgende:

- a. Ik verklaar hiermee dat ik kennis heb genomen van de facultaire handleiding (www.ru.nl/stip/regels-richtlijnen/fraude-plagiaat), en van artikel 16 “Fraude en plagiaat” in de Onderwijs- en Examenregeling voor de BA-opleiding Communicatie- en Informatiewetenschappen.
- b. Ik verklaar tevens dat ik alleen teksten heb ingeleverd die ik in eigen woorden geschreven heb en dat ik daarin de regels heb toegepast van het citeren, parafraseren en verwijzen volgens het Vademecum Rapporteren.
- c. Ik verklaar hiermee ook dat ik geen teksten heb ingeleverd die ik reeds ingeleverd heb in het kader van de tentaminering van een ander examenonderdeel van deze of een andere opleiding zonder uitdrukkelijke toestemming van mijn scriptiebegeleider.
- d. Ik verklaar dat ik de onderzoeksdata, of mijn onderdeel daarvan, die zijn beschreven in de BA-scriptie daadwerkelijk empirisch heb verkregen en op een wetenschappelijk verantwoordelijke manier heb verwerkt.

Plaats + datum: Deventer, 08 -06 – 2018

Handtekening :


