



METAFOREN IN SOA-PREVENTIE: HET EFFECT VAN METAFORISCHE FIT OP GEDRAGSINTENTIE



Door:	Edgar Walterbos
Type:	Bachelorscriptie (conceptversie)
Datum:	7-06-2019
Opleiding:	Premaster Communicatie- en informatiewetenschappen
Themadocent:	Gudrun Reijnierse
Studentnummer:	1030951
Aantal woorden:	8166
E-mail:	edgar.walterbos@student.ru.nl

1. Inleiding

Strategische communicatie is een belangrijk element in het beïnvloedingsproces van consumenten. Een vaak abstract domein als gezondheidscommunicatie, vraagt om versimpelde communicatieboodschappen met voor de ontvanger snel te verwerken associaties tussen middel en doel. Een veelgebruikte strategie om abstracte informatie concreet te maken, is het gebruik van metaforen. Variërend van de politiek tot consumentadvertenties, metaforen zijn breed vertegenwoordigd binnen de overtuigingscontext (Sopory & Dillard, 2002; Van Stee, Noar, Grant Harrington & Grant, 2018).

Zo ook in gezondheidscommunicatie, waarin mensen regelmatig worden geconfronteerd met berichten die hen aanmoedigen een levensstijl te hanteren of maatregelen te treffen waarmee ze risico's op ziektes als kanker, HIV en griep reduceren. Metaforen kunnen hierin niet alleen abstracte informatie concretiseren, ze kunnen, afhankelijk van het brondomein (waarmee een vergelijking wordt gemaakt), ook bepaalde associaties oproepen waardoor berichten overtuigender worden en gedragsintentie positief wordt beïnvloed (Van Stee et al., 2018).

Het is echter de vraag welke associaties daadwerkelijk overtuigen. Met andere woorden, de huidige literatuur is inconsistent als het gaat om welke metaforen leiden tot een toename in preventief gezondheidsgedrag en welke niet. Want ondanks dat het merendeel van de studies (waaronder meta-analyses) heeft aangetoond dat bepaalde metaforen leiden tot een hogere gedragsintentie (Scherer, Scherer & Fagerlin, 2015; Sopory & Dillard, 2002; Van Stee, 2018), toont ook een aanzienlijk deel van de studies geen significante verschillen tussen metaforische en letterlijke berichten (Landau, Arndt & Cameron, 2018; Sopory & Dillard, 2002; Van Stee et al., 2018). Om die reden is er in de gezondheidscommunicatie nog veel behoefte aan aanvullend onderzoek naar het effect van metaforen (Landau et al., 2018; Scherer et al., 2015; Sopory & Dillard, 2002; Van Stee et al., 2018;).

In tegenstelling tot metafoorgebruik voor preventiemaatregelen voor bijvoorbeeld kanker (Hauser & Schwarz, 2015; Landau et al., 2018), is er een stuk minder bekend over het effect van metafoorgebruik in berichten voor condoompromotie en daarmee het voorkomen van seksueel overdraagbare aandoeningen (soa's) zoals Chlamydia, Herpes, HIV (Van Stee et al., 2018). Zeker in West-Europese landen als Nederland, waar bijvoorbeeld ernstige soa's als

HIV een stuk minder vaak voorkomen dan in veel bijvoorbeeld Afrikaanse landen (Aidsfonds, 2019), zijn nauwelijks studies die het effect hebben gemeten van metaforen in soa-preventiecommunicatie, bijvoorbeeld het promoten van condoomgebruik. Dat, terwijl er jaarlijks in Nederland tienduizenden soa's worden vastgesteld (Visser et al., 2018). Daarnaast is het percentage van diagnoses in CSG (Centra voor Seksuele Gezondheid) consulten van mensen met minstens één soa van 2013 t/m 2017 met 3,7% gestegen (Visser et al., 2018).

Recentelijk deden Van Stee et al. (2018) echter onderzoek naar het effect van metafoorgebruik en berichttypes op onder andere de overtuigingskracht van condoom promotieberichten in de context van soa-preventie. Resultaten toonden, in tegenstelling tot de hypothesen, dat metaforische teksten (in combinatie met illustratieve metaforen) geen significant effect hadden op gedragsintentie vergeleken met niet-metaforische (letterlijke) teksten. Van Stee et al. (2018) verklaren deze resultaten door te stellen dat de complexiteit van de twee gebruikte metaforen (condoomgebruik als parachute tijdens skydiving en niet-condoomgebruik als het betreden van een vervuilde/besmette ruimte zonder beschermend pak) wellicht niet goed paste bij de context. Ook stellen zij dat het uitgebleven metafooreffect, dat werd verwacht op basis van analyse van het effect van metaforen in niet-gezondheids-gerelateerde promotie-doelen, wellicht mede is veroorzaakt door het, in dit geval gezondheids-gerelateerde doeldomein (waar de vergelijking op slaat). Een meta-analyse uit 2016 toonde namelijk aan dat de effectiviteit van metaforische in vergelijking tot letterlijke teksten wordt beïnvloed door het type doeldomein; bepaalde metaforen zijn wellicht effectiever in commerciële communicatieboodschappen dan in gezondheids-gerelateerde communicatieboodschappen (Van Stee, 2018).

Daarnaast tonen Jansen et al. (2010) in hun studie naar het effect van metaforen op (onder andere) de mate van overtuiging in educatieve HIV-/AIDS-teksten in Zuid-Afrika dat, wanneer de voorgelegde metaforen worden begrepen, de metaforische teksten als overtuigender worden gezien. Een duidelijker effect op gedragsintentie vonden Landau et al. (2018) in hun studie naar het effect van metaforen op huidkankerpreventie: wanneer het risico (het probleem van de ziekte) op, en de preventiemaatregelen tegen, huidkanker beide werden beschreven met een metafoor (hierna te noemen: *metaforische fit/metaforische match*), gaven respondenten aan een hogere gedragsintentie te hebben tot het hanteren van preventiemaatregelen dan wanneer beide letterlijk werden beschreven. Dit gaf aanleiding tot aanvullend onderzoek naar het effect van metaforische berichten op de

gedragsintentie tot gebruiken van condooms ter preventie van soa's (Van Stee et al., 2018).

Deze studie is een vervolgonderzoek op de recente studie van Van Stee et al. (2018) waarin de metaforische fit, het beschrijven van het *Probleem* (OV 1) en de *Oplossing* (OV 2), is gekoppeld aan metaforische en letterlijke berichten in vier nieuwe gemanipuleerde experimentele condities. Dit leidde tot de volgende onderzoeksvraag: *in hoeverre heeft het wel of niet gebruiken van de metaforische fit in condoom promotie berichten effect op de gedragsintentie om preventief maatregelen te nemen tegen soa's?* In verband met een andere scriptie is ook de variabele *Attitude* meegenomen in de vragenlijst van dit onderzoek.

2. Theoretisch kader

2.1 Conceptuele metaforen

Een metafoor is een impliciete vergelijking tussen twee concepten of objecten. Het draagt de conceptuele kenmerken die (algemeen) geassocieerd worden met het ene concept of object, over op het andere concept of object (Sopory & Dillard, 2002; Scherer et al., 2015; Jansen et al., 2010). Metaforen worden gebruikt om een *doel*, een vaak abstract en moeilijk te begrijpen concept, te associëren met een *bron*, iets herkenbaars dat makkelijk te verwerken is (Landau et al., 2018).

Metaforen zitten diep doorgedrongen in ons dagelijks denken, spreken en doen. In één van de eerste metafoor-studies van Lakoff en Johnson (1980) stelden zij dat het systeem waarin de mens denkt en doet van nature in de basis conceptueel en metaforisch is. Daarnaast gaven zij aan dat we ons in principe niet bewust zijn van dit conceptuele en metaforische systeem. Als we bijvoorbeeld discussiëren, komen veel elementen van nature uit oorlogssituaties. Zo 'verdedig' je je eigen positie en 'win' of 'verlies' je een discussie. We gebruiken deze metaforen niet alleen in taal, we gebruiken ze onbewust ook om ons gedrag te bepalen en onze gedachten te structureren. We zien de persoon waarmee we discussiëren namelijk echt als tegenstander en we plannen een strategie om de discussie te winnen (Lakoff en Johnson (1980).

Op basis van deze conceptuele gedachte introduceerden Lakoff en Johnson (1980) in het veel geciteerde boek *Metaphors We Live By* uit 1980, een nieuw theoretisch raamwerk: de *Conceptual Metaphor Theory* (CMT). Deze theorie stelt dat een metafoor een conceptueel middel is om de realiteit te structureren, te herstructureren en zelfs te creëren. Conceptuele metaforen omvatten zowel een procesaspect; de cognitieve verwerking van het

brondomein naar het doeldomein, als een productaspect; de conceptuele associaties die worden gecreëerd. De theorie geeft sindsdien houvast en motivatie aan nieuw academisch metafoor-onderzoek en speelt nog steeds een dominante rol in metafoor-studies (Fernandez, 2008; Gibbs, 2011; Kövecses, 2008; Lakoff & Johnson, 1980; Landau et al., 2018; Slingerland, 2004).

2.2 Talige metaforen

CMT heeft geleid tot diverse studies naar het effect van metaforen in communicatieboodschappen waarin conceptuele metaforen tot uitdrukking komen in concrete taal. Talige metaforen activeren de conceptuele koppeling van de lezer wanneer deze de boodschap leest. Ze kunnen echter beperkt zijn in hun capaciteit om de juiste conceptuele koppeling tussen de bron en het doel te leggen. De mentale representaties van het brondomein kunnen complexer zijn dan de talige metafoor suggereert (Evans & Pourcel, 2009). Toch kunnen talige metaforen achterliggende conceptuele metaforen effectief overbrengen op de lezer. Volgens Hauser en Schwarz (2014) leren we veel conceptuele metaforen via “tekstuele ervaringen” en kunnen talige uitdrukkingen van bepaalde conceptuele metaforen leiden tot het beïnvloeden van de cognitieve verwerking van de lezer van de boodschap.

Waar zich tot nu toe diverse studies hebben gericht op het effect van deze talige metaforen in bijvoorbeeld in de context van adverteren, blijft onderzoek naar het overtuigingseffect van talige metaforen binnen gezondheids-gerelateerde overtuigingsboodschappen nog onderbelicht. In het bijzonder naar het effect van communicatieboodschappen met talige metaforen op de gedragsintentie tot het nemen van preventiemaatregelen (Van Stee et al., 2018).

2.3 Metaforen en overtuiging

Ondanks de behoefte een aanvullend metafoor-onderzoek binnen gezondheidscommunicatie, is al diverse keren aangetoond dat metaforen overtuigender zijn dan letterlijke teksten, waaronder in preventieberichten. Sopory en Dillard (2002) beschrijven in hun meta-analyse zes perspectieven op de overtuigingswerking van metaforen waarvan de laatste, *Superior Organizations*, de meeste overtuigingskracht bleek te hebben. Dit perspectief stelt dat een metafoor bijdraagt aan het structureren en

organiseren van argumenten in een bericht waardoor berichten beter worden begrepen. Een metafoor roept volgens dit perspectief semantische (kennis-gerelateerde) associaties op die, wanneer consistent met de metafoor, beter met elkaar worden verbonden zodat de lezer de berichtargumenten makkelijker verwerkt. Op die manier kunnen metaforische berichten meer overtuigingskracht hebben dan letterlijke berichten (Sopory & Dillard, 2002).

In lijn met CMT geven Landau et al. (2018) een meer abstracte verklaring voor het overtuigingseffect van metaforen. Zij suggereren dat metaforen een conceptuele koppeling creëren tussen het doeldomein en het brondomein en dat daarmee de verwerking van het doeldomein wordt beïnvloed. De verwerking van het doeldomein wordt volgens hen beïnvloed door de bestaande, individuele bron-opvattingen en -associaties van de lezer van het bericht (Landau et al., 2018). Landau, Keefer en Rothschild (2014) onderzochten dit effect. Ze lieten respondenten een nieuwsbericht lezen over een bedrijfsfaillissement waarin het bedrijfsfaillissement werd vergeleken met een auto-ongeluk. De respondenten die van mening waren dat auto-ongelukken de schuld zijn van slechte bestuurders, vonden dat het bedrijfsfaillissement de schuld was van de CEO. Dit ondersteunt CMT, dat stelt dat metaforen persoonlijke bronopvattingen gebruiken om het doeldomein te verwerken (Landau et al., 2018; Lakoff & Johnson, 1980).

Spina, Arndt, Landau, en Cameron (2017) vonden in hun studie naar de invloed van culturele waarden op bepaalde metaforen in preventiecommunicatie voor het halen van een uitstrijkje (een methode om voorstadia van baarmoederhalskanker te detecteren) een soortgelijk effect van persoonlijke bronopvattingen. Na het lezen van de familie-metafoor was de gedragsintentie om een uitstrijkje te halen hoger wanneer de respondenten hoge collectivistische en familiale waarden hadden dan wanneer zij deze waarden niet hadden.

Ondanks dat de huidige literatuur in het voordeel spreekt van het overtuigingseffect van metaforen, laten een aantal grote en recente studies zien dat metaforen zorgvuldig dienen te worden gekozen en ingezet (Landau et al., 2018; Scherer et al., 2015; Sopory & Dillard, 2002; Van Stee, 2018). Zo bleef in de meta-analyse van Sopory en Dillard (2002) het overtuigingseffect in bijna 40% van de geanalyseerde studies uit. Van Stee et al. (2018) verwierpen hun hypothese dat metaforische berichten sterkere effecten zouden hebben op gedragsintentie dan letterlijke berichten in condoompromotieberichten. En ook Hauser en Schwarz (2015) zagen in drie verschillende studies naar het effect van de vijand-metafoor op preventie-intentie geen significant effect (op één van de drie gebruikte metaforen na) van de

metafoor op gedragsintentie. Dit benadrukt de inconsistentie in de metafoor-literatuur (Sopory & Dillard, 2002; Landau et al., 2018; Van Stee et al., 2018) en benadrukt de behoefte aan nieuw metafoor-onderzoek.

2.4 Effectieve metaforen

De metafoor-literatuur lijkt vooralsnog in het voordeel te spreken van bepaalde conceptuele metaforen. Het eerder genoemde voorbeeld van de *oorlog*-metafoor, bijvoorbeeld, blijkt effectief in gezondheidscommunicatie (Robins & Mayer, 2000). In India bleek de *oorlog*-metafoor de meest voorkomende metafoor in HIV/AIDS communicatie in 205 nieuwsartikelen uit de twee meest verspreide kranten in 2004 en 2005 (De Souza, 2005). Ook de talige metafoor *griep* als '*leger*' dat het lichaam binnendringt (scherer et al., 2015; Jansen et al., 2010) en de *zon* als '*vijand*' die jou wil grijpen (Landau et al., 2018), blijken in staat een geschikte conceptuele koppeling te leggen tussen het bron- en doeldomein. Een verklaring voor de effectiviteit van de conceptuele metafoor 'ziekte is oorlog', is dat gezondheidscommunicatie heeft bewezen effectief te zijn wanneer het een gevoel van dreiging of angst oproept (Cameron & Chan, 2008). Zonder soortgelijke emoties zijn lezers minder gemotiveerd om hun gedrag te veranderen (Landau et al., 2018).

Los van het effect van conceptuele en talige metaforen, blijkt uit de meta-analyse van Sopory en Dillard (2002) dat een aantal elementen een rol blijken te spelen bij het effectief inzetten van metaforen. Metaforen die bewust worden ingezet voor overtuiging, hebben de meeste kans wanneer de metafoor: een relatief nieuwe koppeling tussen bron en doel bevat, een doeldomein betreft dat bekend is bij het publiek, aan het begin van het bericht wordt geplaatst en enkelvoudig (niet uitgebreid) is (Sopory & Dillard, 2002).

2.5 Metaforen in soa-preventie

Preventie blijkt één van de meest effectieve middelen om gezondheid te bevorderen (Jansen et al., 2010). Wat soa-preventie betreft is er, zeker in Nederland, echter nauwelijks iets bekend over het effect van metaforen op gedragsintentie. Daarnaast is de bestaande literatuur inconsistent. Uit onderzoek onder Amerikaanse respondenten blijkt dat letterlijke berichten leiden tot een hogere gedragsintentie dan metaforische berichten (Van Stee et al., 2018). Dit zou te maken kunnen hebben met de complexiteit van de ingezette metaforen, want Jansen et al. (2010) tonen in hun studie naar het effect van metaforen op onder andere

de mate van overtuiging in educatieve HIV/AIDS teksten in Zuid-Afrika, dat, wanneer de voorgelegde metaforen worden begrepen, de metaforische teksten juist als overtuigender worden gezien. Dit benadrukt het belang van begrijpelijke talige metaforen.

2.6 Gedragsintentie

De belangrijkste voorspeller van gedrag is, volgens de Theory Of Planned Behavior (Ajzen & Madden, 1986), gedragsintentie. Het effect van metaforen op gedragsintentie is in verschillende studies aangetoond, waaronder in een recente meta-analyse (Van Stee, 2018; Scherer et al., 2015). Het effect van metaforen op de gedragsintentie tot het gebruiken van een condoom ter preventie van soa's, is echter niet aangetoond. Recent onderzoek naar het effect van metaforen in condoom promotieberichten ter voorkoming van soa's, vond namelijk geen effect van metaforen ten opzichte van letterlijke tekst op gedragsintentie (Van Stee et al., 2018). Dit onderzoek manipuleerde berichten ter promotie van preventie-gedrag, maar maakte gebruik van metaforen (condoomgebruik als parachute en niet condoomgebruik als het betreden van een besmette ruimte) die in hun complexiteit wellicht niet optimaal waren (Van Stee et al., 2018). Dat terwijl de conceptuele metaforen *oorlog* en *vijand* hebben aangetoond de juiste conceptuele koppeling te leggen (Robins & Mayer, 2000) en daarmee effectief te zijn in het verhogen van de gedragsintentie tot het nemen van preventiemaatregelen (Jansen et al., 2010); Scherer et al., 2015).

Recent metafoor-onderzoek toonde aan dat de conceptuele oorlog-/vijand-metafoor, effectief blijkt in het verhogen van gedragsintentie voor preventiemaatregelen wanneer deze metaforen worden toegepast in combinatie met *metaforische fit* (Landau et al., 2018), een vorm van het toepassen van metaforiek die in meerdere studies effectief is gebleken (Hauser & Schwarz, 2015; Keefer et al., 2014).

2.7 Metaforische fit

Om de gedragsintentie tot het nemen van soa-preventiemaatregelen te verhogen, moet niet alleen worden gekeken naar het metaforisch framen van het probleem (omschrijving van de ziekte/het risico); uit eerder onderzoek bleek dat een bericht overtuigender is wanneer het ook aangeeft hoe de ziekte kan worden verholpen of hoe het risico kan worden verlaagd (Landau et al., 2018). De studie van Scherer et al. (2015) leidde onder andere tot de vraag hoe dergelijke metaforen gedragsintentie beïnvloeden wanneer niet alleen het probleem

met het bijbehorende risico metaforisch omschreven is, maar ook het preventiegedrag (de oplossing).

Het metaforisch omschrijven van zowel het probleem van als de oplossing tegen een ziekte wordt door Landau et al. (2018) *metaforische fit* genoemd. In hun studie naar het effect van de metaforische fit op gedragsintentie tot het nemen van preventieve maatregelen tegen huidkanker, bleek dat de metaforische fit (of: metaforische *match*) leidde tot een hogere gedragsintentie in vergelijking tot de conditie die het risico metaforisch en de oplossing letterlijk (en vice versa) framede (metaforische *mismatch*) en de conditie die zowel het risico als de oplossing letterlijk beschreef (*letterlijke match*). Keefer, Landau, Sullivan en Rothschild (2014) ondersteunen de metaforische fit theorie. In hun studie naar het effect van het metaforisch framen van depressie (risico/probleem) als “*depression is down*”, zagen ze dat depressie-behandelingen als effectiever werden beschouwd wanneer de oplossingen (de behandelingen) metaforisch als “geestverheffend” werden geframed dan wanneer de oplossingen als bijvoorbeeld “ruimtelijk” werden geframed.

Ook CMT ondersteunt dit effect (Landau et al., 2018; Hauser & Schwarz, 2015). De theorie stelt dat wanneer mensen een doelprobleem metaforisch conceptualiseren als een bronprobleem, ze vanuit het brondomein kennis gebruiken om te beredeneren hoe het doelprobleem kan worden opgelost. Keefer et al. (2014) illustreren dit in hun vierde studie. Wanneer depressie werd geframed als “*depression is dark*”, werd de depressie-behandeling als minder effectief beschouwd wanneer de effecten van de voorgelegde behandeling ongepast leek om het probleem op te lossen. Hauser en Schwarz (2015) concludeerden ook dat de beschreven doeloplossing moet passen bij de conceptuele bronoplossing. Bij het framen van kanker-preventie met de oorlog metafoor “*cancer is war*” en “*fighting cancer*”, gaven respondenten aan geen hogere gedragsintentie te hebben om zelf-limiterend preventie-gedrag (de oplossing) te gaan vertonen/uitvoeren vergeleken met neutrale framing en het framen van kanker-preventie met andere metaforen. Wanneer echter zowel het probleem als de oplossing metaforisch werden geframed als *imbalance* (onevenwichtig) (*Niet te verwarren met match/mismatch*), gaven respondenten aan wel een hogere gedragsintentie te hebben om zelf-limiterend gedrag te gaan hanteren wanneer zij een *imbalance* (onevenwichtige) conceptualisatie van kanker hadden. Dit geeft aan dat de doeloplossing moet passen bij de conceptuele bronoplossing, maar suggereert ook dat de metaforische fit (match) bij zowel ziekte-behandeling als -preventie, effectief is in het

bevorderen van gezondheidsgedrag (Hauser & Schwarz, 2015).

Dit geeft aanleiding tot nieuw onderzoek naar het effect van de oorlog/vijand metafoor in combinatie met metaforische fit op de gedragsintentie tot het gebruiken van condooms ter preventie van soa's. Hiertoe is de *metaforische fit hypothese* opgesteld:

H1: Een metaforische fit in gezondheidsboodschappen leidt tot een hogere gedragsintentie van mensen ten aanzien van het gebruiken van een condoom tegen seksueel overdraagbare aandoeningen dan gezondheidsboodschappen die een metaforische mismatch en een letterlijke match bevatten.

De onafhankelijke variabele Probleem (OV 1), oftewel het beschrijven van het risico of de ernst van een ziekte, is een belangrijk element van gezondheidscommunicatie en staat in veel communicatieboodschappen aan het begin vermeld. Bovendien stelden Sopory en Dillard (2002) in hun meta-analyse dat metaforen het meest effectief blijken wanneer ze aan het begin van de communicatieboodschap staan. Dit geeft aanleiding tot H2:

H2: Een metafoor in de probleembeschrijving van gezondheidsboodschappen leidt tot een hogere gedragsintentie van mensen ten aanzien van het gebruiken van een condoom tegen seksueel overdraagbare aandoeningen dan gezondheidsboodschappen waarin het probleem met letterlijk taalgebruik beschreven is.

Volgens Landau et al. (2018) is een bericht overtuigender wanneer het vermijden van het risico of het tegengaan van het probleem metaforisch wordt beschreven. CMT suggereert volgens hen dat wanneer de lezer van een bericht een conceptuele koppeling legt tussen het doel- en het brondomein, er ook kennis van het oplossen van probleem wordt overgedragen. Om het metafoor-effect van het beschrijven van de Oplossing (OV 2) te meten, is een derde hypothese opgesteld:

H3: Een metafoor in de beschrijving van de oplossing in gezondheidsboodschappen leidt tot een hogere gedragsintentie van mensen ten aanzien van het gebruiken van een condoom tegen seksueel overdraagbare aandoeningen dan gezondheidsboodschappen waarin de oplossing met letterlijk taalgebruik beschreven is.

Een metaforische mismatch houdt in dat het risico wordt voorzien van een metafoor en de oplossing letterlijk wordt beschreven en vice versa. Eerder werd al beschreven dat metaforen volgens Sopory en Dillard (2002) het meest effectief zijn wanneer zij aan het begin van een communicatieboodschap staan. Dit suggereert dat metaforen effectiever zijn wanneer ze het enkel het risico beschrijven dan wanneer ze enkel de, vaak in tweede instantie aangegeven, preventieve maatregelen (oplossing) beschrijven. Dit geeft aanleiding tot de *metaforische mismatch hypothese*:

H4: Als het risico metaforisch en de oplossing met letterlijke taal wordt geframed in gezondheidsboodschappen, leidt dit tot een hogere gedragsintentie van mensen ten aanzien van het gebruiken van een condoom tegen seksueel overdraagbare aandoeningen dan wanneer het risico met letterlijke taal en de oplossing metaforisch wordt geframed.

De vier hypothesen zullen duidelijk maken in hoeverre het wel of niet hanteren van de metaforische fit in condoom promotieberichten effect heeft op de gedragsintentie om preventief maatregelen te nemen tegen soa's. Dit leidt tot de volgende overkoepelende onderzoeksvraag:

'In hoeverre heeft het beschrijven van het probleem van een soa en de preventieve oplossing tegen een soa in condoom promotie berichten effect op de gedragsintentie om preventief maatregelen te nemen tegen soa's?'

3. Methode

In de methode-sectie wordt beschreven hoe het onderzoek is uitgevoerd. Beschreven is welke keuzes zijn gemaakt en waarom. Allereerst wordt de pretest besproken, Vervolgens wordt beschreven op basis waarvan de manipulaties voor het experiment zijn opgesteld, wat de kenmerken waren van de proefpersonen en het onderzoek en als laatste hoe de resultaten statisch zijn getoetst.

3.1. Pretest

In Tabel 1 zijn de vier gemanipuleerde teksten weergegeven. Om er zeker van te zijn dat zowel de letterlijke als de metaforische teksten correct waren opgebouwd en de gekozen vijand-metafoor werd herkend (Van Stee et al., 2018), zijn de vier condities vooraf getest. De proefpersonen werd gevraagd om eerst de tekst te lezen en vervolgens een oordeel te geven over een aantal tekstelementen. Als eerste werd de proefpersonen door middel van een open vraag gevraagd naar hoe ze dachten dat het risico en de oplossing werden geschetst. Vervolgens werden de teksten getoetst op levendigheid. Dit werd gemeten aan de hand van drie zevenpunts semantische differentia's, namelijk 'Letterlijk – Figuurlijk', 'Concreet – Abstract' en 'Woordelijk – Beeldend' (Burgers, de Graaf en Callaars, 2012). De schaal voor levendigheid van het risico ($\alpha = .73$) en voor de oplossing ($\alpha = .76$) is acceptabel. Voor de analyse is daarom gebruik gemaakt van het gemiddelde van de drie items.

Voor de pretest zijn in totaal 20 (vijf per conditie) proefpersonen benaderd ($M_{leeftijd} = 21.50$; $SD_{leeftijd} = 2.21$; 75,0% vrouw; opleidingsniveau HBO: 20.0%, WO: 65.0%, middelbare school: 15.0%). De proefpersonen zijn offline benaderd via de Radboud Universiteit in Nijmegen.

Uit een t -toets voor metafoorherkenning in het risico, bleek geen significant verschil te zijn tussen het metaforische beschrijven van het risico en het letterlijk beschrijven van het risico ($t(18) = -1.16$, $p = .263$). Uit een t -toets voor metafoorherkenning in het probleem, bleek geen significant verschil te zijn tussen metaforische beschrijven van het probleem en het letterlijk beschrijven van het probleem ($t(18) = 1.51$, $p = .148$). Uit de open vragen bleek dat van de tien respondenten die het probleem met metafoor lazen, één respondent de metaforische zin benoemde. Dit geldt ook voor de tien repondenten die de oplossing met metafoor lazen.

Zowel uit de t -toetsen als de open vragen, bleek dat de metafoor in zowel de

probleemomschrijving als de omschrijving van de oplossing niet voldoende werd herkend. Daarom is besloten om beide teksten in te korten, zodat de metafoor nadrukkelijker naar voren kwam. Met name in eerste instantie overbodige, afleidende informatie is verwijderd uit de teksten. De vragenlijst voor de pretest is opgenomen in Bijlage 1.

3.2 Materiaal (manipulaties)

Voor de gemanipuleerde teksten waarin het risico en/of de oplossing metaforisch zijn omschreven, is gekozen voor een vijand metafoor, omdat deze in een recente preventie-gerelateerde studie effectief is gebleken (Landau et al., 2018). De metafoor is aan het begin van de communicatieboodschap geplaatst, omdat Sopory en Dillard (2002) in hun meta-analyse onder andere aangaven dat metaforen het meest effectief blijken wanneer ze aan het begin van de communicatieboodschap staan. De informatie over het probleem van een soa en de preventieve oplossing ertegen, zijn afgeleid van de website van Aidsfonds (2019). De teksten in de vier condities zijn, op een eventuele metaforische eerste zin, in zowel de omschrijving van het probleem als van de oplossing, na, identiek. In tabel 1 staan de gemanipuleerde teksten per conditie weergegeven.

Tabel 1. Gemanipuleerde teksten per conditie

	Risico	
	Met metafoor	Zonder metafoor
Oplossing	Risico 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.	Risico 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.
Met metafoor	Oplossing Een condoom is als een superheld, hij beschermt je. Zo voorkom je een soa en daarmee veel onnodige ellende.	Oplossing Een condoom is als een superheld, hij beschermt je. Zo voorkom je een soa en daarmee veel onnodige ellende.
Zonder metafoor	Risico Een soa is als een sluwe vijand, hij	Risico Een soa heb je zo te pakken. Je kunt

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

3.3 Proefpersonen

In totaal hebben 176 respondenten deelgenomen aan het onderzoek. Hiervan hebben 51 respondenten de survey niet afgerond. Zij hebben de survey vroegtijdig beëindigd, gingen niet akkoord met de voorwaarden van het onderzoek of behoorden niet tot de doelgroep (18 jaar of ouder). Enkel de 125 proefpersonen die de survey volledig hebben ingevuld, zijn daarom meegenomen in de analyse.

Om de betrouwbaarheid en representativiteit van het onderzoek te waarborgen, zijn per conditie minimaal 30 mensen ondervraagd (Simmons, Nelson en Simonsohn's, 2011). Alle proefpersonen zijn online benaderd en hebben online deelgenomen aan het onderzoek. Dit onderzoek was enkel gericht op mensen van achttien jaar of ouder en bevatte geen uitsluitingen op basis van andere persoonlijke gegevens. De deelname aan het onderzoek was vrijwillig en er is dan ook niet gewerkt met een beloning voor deelname.

Van de 125 proefpersonen was 44.0% man en 56.0% vrouw. De gemiddelde leeftijd van de proefpersonen was 26.62 jaar ($SD = 8.91$), met achttien jaar als jongste proefpersoon en 62 jaar als oudste proefpersoon. De respondenten is ook gevraagd naar hun hoogst genoten opleiding. 7.2% gaf aan MBO als hoogst genoten opleiding te hebben, bij 45.6% was dit HBO en bij 44.0% was dit WO. Slechts 3.2% gaf aan dat de middelbare school de hoogst genoten opleiding was. Daarnaast gaf 71.2% aan op dit moment een vaste partner te hebben.

Geslacht ($\chi^2(3) = 1.33, p = .723$), Leeftijd ($F(3, 121) < 1$) en het hebben van een vaste partner ($\chi^2(3) = 6.011, p = .111$) zijn evenredig verdeeld over de vier condities.

Opleidingsniveau ($\chi^2(9) = 20.285, p = .016$), bleek niet evenredig te zijn verdeeld over de

condities; Respondenten die aangaven MBO als hoogst genoten opleiding te hebben, kregen vaker de metaforische probleemomschrijving met de metaforische omschrijving van de oplossing (77,8%) te zien dan de andere condities (22,2%). De respondenten die HBO als hoogst genoten opleiding hadden, kregen vaker het letterlijke probleem (61,4%) te zien dan het metaforische probleem met de metaforische oplossing (21,1%). Bij deze respondenten verschilde ook de letterlijke probleemomschrijving met de metaforische oplossingsomschrijving (33,3%) van de metaforische probleemomschrijving met de letterlijk oplossing-omschrijving (17,5%). Hier wordt verder op ingegaan in de discussieparagraaf.

3.4. Onderzoeksontwerp

Voor dit onderzoek is gebruik gemaakt van een 2 (OV1: Probleem: metafoor/letterlijk) x 2 (OV 2: Oplossing: metafoor/letterlijk) tussenproefpersoonontwerp: elke proefpersoon kreeg één van de vier manipulaties voorgelegd. Samen testten de onafhankelijke variabelen of metaforische fit (metaforische *match*) leidde tot een hogere *Gedragssintentie* (AV 1), dan wanneer het risico en het probleem allebei letterlijk worden beschreven of wanneer maar één van de twee variabelen metaforisch worden beschreven (metaforische *mismatch*).

3.5 Instrumentatie

Nadat de proefpersonen de voorgelegde manipulatie hadden gelezen, vulden zij een vragenlijst in. In verband met een ander onderzoek is in de vragenlijst ook de afhankelijke variabele *Attitude* meegenomen. Gedragssintentie werd gemeten aan de hand van schalen van Hoeken, Hornikx en Hustinx (2012). Omdat de doelgroep van dit onderzoek grotendeels bestond uit studenten is gebruik gemaakt van vier zespunts semantische differentiaal (zeker niet – zeker wel, onwaarschijnlijk – waarschijnlijk, onwaar – waar en zeer mee oneens – zeer mee eens). Brown (2000) toonde namelijk aan dat studenten een voorkeur hebben om voor de neutrale optie te gaan. De zespunts-schaal heeft geen neutrale optie, waarmee respondenten werd verzocht om een voorkeursrichting te kiezen. Een voorbeeld van een vraag om gedragssintentie te toetsen is: 'Ik ben van plan vaker een condoom te gebruiken tijdens de seks'. Een voorbeeld van een antwoordschaal hierbij is: 'Helemaal mee oneens – mee oneens – een beetje mee oneens – een beetje mee eens – mee eens – heel erg mee eens'. De betrouwbaarheid van de variabele gedragssintentie was excellent: $\alpha = .96$, wat

inhoudt dat de antwoorden van de vier items onderling voldoende consistent zijn en het gemiddelde van de vier schalen kan worden gebruikt als overkoepelende schaal voor gedragsintentie.

De vragenlijst bevatte daarnaast vragen over demografische gegevens, namelijk geslacht, leeftijd en opleidingsniveau. Ook is de respondenten gevraagd of zij op het moment van invullen een vaste partner hadden. Vóór het beantwoorden van de vragen, werd de respondenten gevraagd om zich voor te stellen dat, wanneer zij op het moment van invullen een vaste partner hadden, zij geen vaste partner zouden hebben.

3.6 Procedure

Het onderzoek is volledig individueel en online afgenomen via het digitale programma Qualtrics (Qualtrics, n.d.). Het onderzoek begon met een inleiding en uitleg over de procedure. Hierin werd duidelijk aangegeven waar het onderzoek over ging, maar werden gegevens over het doel van het onderzoek weggelaten. Verder werd vermeld hoe lang het onderzoek ongeveer zou duren en wat de voorwaarden waren. Voor het onderzoek begon, werd de respondent gevraagd of hij of zij akkoord ging met de aangegeven onderzoeksmethode. Als eerste werd de proefpersonen gevraagd naar gegevens over geslacht, opleidingsniveau, leeftijd en partner. Elke proefpersoon kreeg vervolgens willekeurig één van de vier gemanipuleerde teksten voorgelegd. Na het lezen van de tekst, kreeg de proefpersoon de vragenlijst voorgelegd waarbij benadrukt werd dat het ging over de gelezen tekst. Volgens werden respectievelijk **de manipulatiecheck, controlevariabelen, attitudevariabelen en intentievariabelen afgenomen**. Na afloop werden de proefpersonen bedankt voor hun deelname en werd hen vriendelijk verzocht om het venster te verlaten. De gemiddelde afname duurde zeven minuten en 51 seconden ($SD = 23$ minuten en 45 seconden)

3.7 Manipulatiecheck

Om de manipulaties te controleren op metafoorherkenning en daarmee de validiteit van het onderzoek te verhogen, is een manipulatiecheck toegevoegd aan de vragenlijst. **De respondenten werden gevraagd om** in maximaal drie woorden te beschrijven hoe een soa (Probleem) en condoomgebruik (Oplossing) werden geschetst. De antwoorden zijn vervolgens door twee studenten gecodeerd.

Voor het coderen werden per variabele en per respondent de woorden beoordeeld als 1 = figuurlijk (metafoor), 2 = letterlijk (geen metafoor) en 3 = synoniem (van metafoor). Hierbij is per respondent gekeken naar alle ingevulde woorden waarbij geen onderscheid is gemaakt tussen de plek van het woord (plek 1, 2 of 3). Wanneer minimaal één keer een metafoor (= 1, figuurlijk) of een synoniem (= 3, synoniem) was ingevuld, werd de variabele als zodanig gecodeerd. Was er geen metafoor of synoniem ingevuld, dan werd de variabele gecodeerd als 2 (= letterlijk). De intercodeursbetrouwbaarheid bij het openlijk beschrijven van het schetsen van het Probleem was goed: $\kappa = .91, p < .001$. De intercodeursbetrouwbaarheid bij het openlijk beschrijven van het schetsen van de Oplossing was goed $\kappa = .98, p < .001$. Dit houdt in dat de beoordelingen van beide codeurs voor beide variabelen onderling consistent zijn. Voor de analyse is gebruik gemaakt van de beoordeling van codeur 'Edgar'.

3.8 Controlevariabelen

Om te controleren of de metafoor de tekst levendiger (Ortony, 1975) en minder complex (Ortony, 1975; Van Stee et al., 2018) maakte, is ervoor gekozen om vier controle-items te toetsten. Volgens Burgers et al. (2012) kan levendigheid en complexiteit worden getoetst aan de hand van vier zespunts semantische differentialen. De respondenten werd gevraagd of ze de gelezen tekst beoordeelden als: letterlijk – figuurlijk, vlak – levendig, complex – eenvoudig en abstract – concreet. De betrouwbaarheid van de vier items bleek onderling inconsistent: $\alpha = .01$. Daarom zijn de items individueel getoetst.

3.9 Statistische toetsing

Voor het toetsen van de metafoorherkenning in de pretest, is gebruikt gemaakt van verschillende onafhankelijke t-toetsen. Deze toets werd ook verschillende keren gebruikt voor het analyseren van de demografische gegevens van de proefpersonen en de vraag of ze een vaste partner hadden. Ook voor het toetsen van de controlevariabelen is gebruik gemaakt van de t-toets. De antwoorden van de manipulatiecheck zijn door twee codeurs gecodeerd, getoetst op onderlinge consistentie aan de hand van Cohen's Kappa en geanalyseerd door middel van χ^2 -toets. Voor het toetsen van eventuele hoofd- en interactie-effecten, is gebruik gemaakt van een tweeweg variantieanalyse. Deze statistische toets wordt gebruikt bij twee of meer onafhankelijke variabelen. De analyse is uitgevoerd

met het programma SPSS, versie 26.0.

4. Resultaten

4.1 Controlevariabelen

De vier items van metafoorherkenning bleken onderling inconsistent: $\alpha = .01$. De vier items zijn daarom afzonderlijk getoetst. Uit een t-toets voor het eerste item (Letterlijk – Figuurlijk) voor het probleem (OV 1), bleek een significant verschil tussen de metaforische omschrijving van het probleem en de letterlijke beschrijving van het probleem ($t(123) = 2.87, p = .005$).

De metaforische omschrijving van het probleem ($M = 3.72, SD = 1.54$) werd als meer figuurlijk beoordeeld dan de letterlijke omschrijving van het probleem ($M = 2.91, SD = 1.59$). Uit een t-toets voor het tweede item (Vlak – Levendig) voor het probleem (OV 1), bleek geen significant verschil tussen de metaforische omschrijving van het probleem en de letterlijke beschrijving van het probleem ($t(123) = 1.62, p = .109$). Uit een t-toets voor het derde item (Complex – Eenvoudig) voor het probleem (OV 1), bleek geen significant verschil tussen de metaforische omschrijving van het probleem en de letterlijke beschrijving van het probleem ($t(123) = -1.77, p = .080$). Tot slot bleek uit een t-toets voor het vierde item (Abstract – Concreet) voor het probleem (OV 1), een significant verschil tussen de metaforische omschrijving van het probleem en de letterlijke beschrijving van het probleem ($t(123) = -2.16, p = .033$). De letterlijke omschrijving van het probleem ($M = 4.01, SD = 1.37$) werd als meer concreet beoordeeld dan de metaforische omschrijving van het probleem ($M = 4.53, SD = 1.31$).

Uit een t-toets voor het eerste item (Letterlijk – Figuurlijk) voor de oplossing (OV 2), bleek een significant verschil tussen de metaforische omschrijving van de oplossing en de letterlijke beschrijving van de oplossing ($t(123) = 5.20, p < .001$). De metaforische omschrijving van de oplossing ($M = 3.96, SD = 1.46$) werd als meer figuurlijk beoordeeld dan de letterlijke omschrijving van de oplossing ($M = 2.59, SD = 1.46$). Uit een t-toets voor het tweede item (Vlak – Levendig) voor de oplossing (OV 2), bleek een significant verschil tussen de metaforische omschrijving van de oplossing en de letterlijke beschrijving van de oplossing ($t(123) = 3.89, p < .001$). De metaforische omschrijving van de oplossing ($M = 4.28, SD = 1.26$) werd als meer levendig beoordeeld dan de letterlijke omschrijving van de oplossing ($M = 3.34, SD = 1.43$). Uit een t-toets voor het derde item (Complex – Eenvoudig) voor de oplossing (OV 1), bleek geen significant verschil tussen de metaforische omschrijving van de

oplossing en de letterlijke beschrijving van de oplossing. Tot slot bleek uit een t-toets voor het vierde item (Abstract – Concreet) voor de oplossing (OV 2), een significant verschil tussen de metaforische omschrijving van de oplossing en de letterlijke beschrijving van de oplossing ($t(123) = -2.40, p = .027$). De letterlijke omschrijving van de oplossing ($M = 4.55, SD = 1.28$) werd als meer concreet beoordeeld dan de metaforische beschrijving van de oplossing ($M = 4.01, SD = 1.39$).

Uit de controlevariabelen blijkt dat de respondenten de metaforische omschrijving van het Probleem als meer figuurlijk beoordeelden dan de letterlijk omschrijving van het probleem. Wat levendigheid en complexiteit betreft is er geen verschil tussen de twee niveau's van OV 1 en het vierde item Concreetheid bleek significant hoger bij de letterlijke omschrijving van het probleem. De metaforische omschrijving van de Oplossing werd door de respondenten als meer figuurlijk en levendig gezien dan de letterlijk omschrijving van de oplossing. De complexiteit gaf geen verschil en de concreetheid werd door de respondenten hoger beoordeeld bij de letterlijk omschrijving van de Oplossing. **Beide teksten werden dus als meer figuurlijk beoordeeld, maar ook als meer complex.**

Tabel 2. De gemiddelden en standaardafwijkingen (tussen haakjes) voor de controlevariabelen voor OV 1 en OV 2 (1 = zeer lage gedragsintentie, 6 = zeer hoge gedragsintentie)

	Probleem		Oplossing	
	Metafoor	Letterlijk	Metafoor	Letterlijk
Letterlijk - Figuurlijk	3.72 (1.54)	2.91 (1.59)	3.96 (1.46)	2.59 (1.46)
Vlak - Levendig	4.04 (1.32)	3.64 (1.50)	4.28 (1.26)	3.34 (1.43)
Complex - Eenvoudig	4.66 (1.09)	4.98 (0.94)	4.87 (1.01)	4.73 (1.07)
Abstract - Concreet	4.01 (1.37)	4.53 (1.31)	4.55 (1.28)	4.01 (1.39)

4.2 Geslacht en vaste partner

Uit een t-toets voor Geslacht op Gedragsintentie bleek een significant verschil ($t(123) = -3.04, p = .003$). Vrouwen ($M = 4.79, SD = 1.29$) bleken een hogere gedragsintentie te hebben dan mannen ($M = 4.04, SD = 1.47$).

Uit een t-toets van Vaste Partner op Gedragsintentie bleek het hebben van een vaste

partner niet significant verschillend van het niet hebben van een vaste partner ($t(123) = -1.130, p = .261$).

4.3 Manipulatiecheck

Uit een χ^2 -toets tussen de Probleembeschrijving en Metafoorherkenning blijkt een significant verschil tussen de metaforische tekst en de letterlijke tekst ($\chi^2(2) = 54.218, p < .001$). Bij de metaforische omschrijving van het probleem benoemden relatief meer respondenten (97,6%) de metafoor dan bij de letterlijke omschrijving van het probleem (2,4%). Bij de letterlijke omschrijving van het probleem benoemden relatief meer respondenten (71,8%) een niet-metaforische term dan bij de metaforische omschrijving (28,2%) van het probleem.

Uit een χ^2 -toets tussen de beschrijving van de Oplossing en Metafoorherkenning blijkt een significant verschil tussen de metaforische tekst en de letterlijke tekst ($\chi^2(2) = 61.732, p < .001$). Bij de metaforische omschrijving van de oplossing benoemden relatief meer respondenten (97,9%) de metafoor dan bij de letterlijke omschrijving van de oplossing (2,1%). Bij de letterlijke omschrijving van de oplossing benoemden relatief meer respondenten (73,3%) een niet-metaforische term dan bij de metaforische omschrijving (28,2%) van de oplossing.

4.4 Hoofd- en interactie-effecten

Uit een tweeweg variantie-analyse van Probleem en Oplossing op Gedragsintentie, bleek geen significant hoofdeffect tussen de probleemomschrijving en gedragsintentie ($F(1, 121) < 1$). Ook tussen Oplossing en Gedragsintentie bleek geen significant hoofdeffect ($F(1, 121) < 1$) en er trad ook geen significant interactie-effect op tussen Probleem en Oplossing ($F(1, 121) = 3.08, p = .08$). Wat opvalt aan de resultaten is dat de gemiddelde gedragsintentie bij elke conditie relatief hoog ($M_{totaal} = 4.46, SD = 1.41$) ligt.

Tabel 3. De gemiddelden en standaardafwijkingen (tussen haakjes) voor gedragsintentie als afhankelijke variabele van Probleem en Oplossing (1 = zeer lage gedragsintentie, 6 = zeer hoge gedragsintentie). De totaalscores geven de gemiddelden per variabele weer en de totaal-totaal-score geeft het totale gemiddelde en de standaardafwijking weer.

	Risico metaforisch	Risico letterlijk	Totaal
Oplossing Metaforisch	4.13 (1.58) n = 38	4.81 (1.20) n = 31	4.47 (1.70) n = 69
Oplossing Letterlijk	4.58 (1.35) n = 29	4.37 (1.42) n = 27	4.47 (1.88) n = 56
Totaal	4.36 (1.73) n = 67	4.59 (1.85) n = 58	4.46 (1.41) n = 125

5. Conclusie

Dit onderzoek richtte zich op het effect van metaforen in de beschrijving van het risico (probleem) op een soa en metaforen in de beschrijving van soa-preventie (oplossing) op de intentie om condoomgebruik te verhogen. Een eventueel hoofd- en interactie-effect van de onafhankelijke variabelen (probleembeschrijving en beschrijving van de oplossing) op de afhankelijke variabele gedragsintentie werd gemeten aan de hand van een tweeweg variantieanalyse.

Uit de statische toets bleek dat het gebruik van een metafoor in de beschrijving van het probleem geen invloed had op de gedragsintentie om condoomgebruik te verhogen. gedragsintentie wordt dus niet beïnvloed door het gebruik van een metafoor in de beschrijving van het probleem. Daarnaast bleek dat gedragsintentie ook niet wordt beïnvloed door een metafoor in de beschrijving van de oplossing. H1, waarmee verwacht werd dat een metaforische match (metaforische fit) zou leiden tot een hogere gedragsintentie ten opzichte van een letterlijke match en een mismatch, wordt daarom verworpen. In H2 werd verwacht dat een metafoor in de probleembeschrijving zou leiden tot een hogere gedragsintentie dan een letterlijke probleembeschrijving. Uit de statische toets bleek geen significant verschil, waardoor H2 ook wordt verworpen. Daarnaast was er geen verschil tussen het metaforisch of letterlijk beschrijven van de oplossing. H3 wordt daarom ook verworpen. Aan de hand van H4 werd onderzocht of er een verschil was tussen een mismatch met een metaforische probleembeschrijving of een mismatch met een

metaforisch beschreven oplossing. Hierin werd geen significant verschil gevonden, waardoor H4 ook wordt verworpen.

Er trad geen interactie-effect op tussen het gebruik van metaforen in de probleembeschrijving en het gebruik van metaforen in de beschrijving van de oplossing op gedragsintentie. De respondenten gaven aan geen hogere of lagere gedragsintentie te hebben wanneer ze een metaforische of letterlijke beschrijving van het probleem in combinatie met een metaforische of letterlijke beschrijving van de oplossing lazen.

De overkoepelende onderzoeksvraag was in hoeverre het wel of niet hanteren van de metaforische fit in condoom promotie berichten effect heeft op de gedragsintentie om preventief maatregelen te nemen tegen soa's. In de verworpen H1 werd verwacht dat de metaforische fit zou leiden tot een hogere gedragsintentie dan een mismatch en letterlijke match. In de drie andere hypothesen werd verwacht dat metafoorgebruik in de probleem of in de oplossing zou leiden tot een hogere gedragsintentie. Ook deze hypothesen zijn verworpen. Dit betekent dat metaforen in geen enkele conditie hebben geleid tot een significant verschil in gedragsintentie ten opzichte van letterlijke tekst.

6. Discussie

6.1 Interpretatie resultaten

Dit onderzoek is gebaseerd op onderzoek van Van Stee et al. (2018). Zij onderzochten het effect van metafoorgebruik en berichttypes in condoom promotieberichten in de context van soa-preventie op gedragsintentie. Zij vonden geen effect van twee gebruikte metaforen ten opzichte van letterlijke berichten. Omdat de studie van Van Stee et al. (2018) gebaseerd was op metafoor-effecten in niet-gezondheids-gerelateerde promotieberichten is voor dit onderzoek gebruik gemaakt van een metafoor-gedachte die recentelijk bewezen heeft effectief te zijn in het verhogen van gedragsintentie bij gezondheidspreventie-gerelateerde berichten. In deze studie toonden Landau et al. (2018) aan dat metaforische fit leidt tot een hogere gedragsintentie tot het nemen van preventieve maatregelen tegen huidkanker dan een mismatch (Probleem metaforisch en Oplossing letterlijk of Probleem letterlijk en Oplossing metaforisch) of een letterlijke match (Probleem letterlijk en Oplossing letterlijk). Daarnaast leidde de studie van Scherer et al. (2015) onder andere tot de vraag hoe dergelijke metaforen gedragsintentie beïnvloeden wanneer niet alleen het probleem met het bijbehorende risico metaforisch omschreven is, maar ook het preventiegedrag (de

oplossing). Dit gaf aanleiding tot nieuw onderzoek naar het effect van metaforen in soa-preventieberichten.

Waar uit voorgaand onderzoek bleek dat metaforische fit in promotie-berichten leidde tot een hogere gedragsintentie (Landau et al., 2018), blijkt uit dit onderzoek geen effect van metaforische fit ten opzichte van metaforische mismatch en letterlijke match. Enerzijds is dit opvallend, omdat uit de open vraag naar metafoorherkenning blijkt dat de metafoor duidelijk werd herkend in zowel de probleembeschrijving als de beschrijving van de oplossing. Bovendien was de lengte van de gemanipuleerde teksten en de plaats van de metafoor nagenoeg identiek aan die in de studie van Van Stee et al. (2018).

Anderzijds waren er, onder andere door het combineren van de twee studies, een aantal verschillen die mogelijk hebben geleid tot de tegenstrijdige resultaten. Ten eerste is er gebruik gemaakt van de vijand-metafoor. Deze metafoor bleek in de recente studie van Landau et al. (2018) effectief in het verhogen van gedragsintentie wanneer zowel het probleem als de oplossing ten aanzien van huidkanker-preventie metaforisch werden beschreven. Een belangrijk verschil met deze studie is dat de gemanipuleerde teksten in de studie van Landau et al. (2018) langer en uitgebreider waren.

Daarnaast zijn in dit onderzoek de metaforische teksten voorzien van één metaforische zin aan het begin van de tekst, omdat uit een meta-analyse van Sopory & Dillard (2002) bleek dat metaforen het meest effectief bleken wanneer ze aan het begin van de communicatieboodschap staan. In de metaforische teksten in de studie van Landau et al. (2018) kwam de vijand-metafoor echter terug in zes van de acht zinnen. Dit zou kunnen verklaren waarom de metafoor overtuigender is geweest en daarom van invloed is geweest op de hogere gedragsintentie.

Een andere verklaring voor het uitblijven van een effect van de metafoor, is dat de vijand-metafoor niet past bij soa-preventie. Waar deze metafoor (Landau et al., 2018) recentelijk effectief is gebleken voor een ernstige ziekte als huidkanker, zou het kunnen dat de vijand-metafoor niet goed aansluit bij soa-preventie. Ondanks het uitblijven van een metafoor-effect, blijkt uit de manipulatiecheck dat de metaforen duidelijk werden herkend in zowel het probleem als de oplossing.

De relatie tussen de ingeschatte ernst van de ziekte en het uit te voeren preventiegedrag zou hierin een rol kunnen hebben gespeeld omdat een soa wellicht als minder ernstig wordt ingeschat dan huidkanker-preventie. Landau et al. (2018) stelt zonbescherming (bijv.

het insmeren met zonnebrand en het dragen van beschermende kleding) voor ter preventie van huidkanker. Hierbij gaven de respondenten die werden geconfronteerd met een metaforische fit aan een hoge angst voor huidkanker te hebben wanneer zij ook een hoge angst voor vijand hadden. De huidige studie stelt condoomgebruik voor ter preventie van soa's waarbij het zou kunnen dat de angst voor het krijgen van een soa relatief laag is ten opzichte van de angst voor het krijgen van huidkanker.

6.2 Beperkingen

Resultaten van dit onderzoek zijn wellicht te verklaren door een aantal beperkingen. Ten eerste is in deze studie niet gevraagd naar de angst voor de vijand en de waargenomen dreiging van een soa. De angst voor de vijand zou kunnen meten of de metafoor de juiste mate van angst oproept om te overtuigen. Cameron & Chan (2008) stelden namelijk dat gezondheidscommunicatie heeft bewezen effectief te zijn wanneer het een gevoel van dreiging of angst oproept. Daarnaast is niet onderzocht in hoeverre de respondenten angst hadden of dreiging voelde voor het krijgen van een soa. Dit had wellicht beter kunnen verklaren waarom de gedragsintentie tot het gebruiken van condooms niet hoger of lager werd bij het gebruik van metaforen in één van de gemanipuleerde teksten.

Daarnaast kan ook de algemene ernst van de ziekte (waargenomen dreiging) een rol spelen bij het wel of niet hanteren van een bepaald preventie-gedrag. Soa-gerelateerde studies (De Souza, 2005; Jansen et al., 2010) waarin effecten werden gevonden van metaforen in communicatieboodschappen, deden onderzoek in landen als in Afrika en Azië. Deze landen hebben over het algemeen een hogere kans op soa's dan Europese landen (Bergen, J. V., 2017).

Een andere beperking van dit onderzoek is de onevenredigheid van Opleidingsniveau; studenten met een MBO-achtergrond kregen vaker de metaforische probleemomschrijving met de metaforische omschrijving van de oplossing te zien dan de andere condities. De respondenten die HBO als hoogst genoten opleiding hadden, kregen vaker het letterlijke probleem te zien dan het metaforische probleem met de metaforische oplossing. Ook de letterlijke probleemomschrijving met de metaforische oplossing-omschrijving kwam vaker voor dan de metaforische probleemomschrijving met de letterlijk oplossing-omschrijving onder respondenten met een HBO-achtergrond. Waar in totaal bijna de helft van de respondenten een HBO-achtergrond had, kan dit van invloed zijn geweest op het effect van

de metafoor, met de metafoor in de probleembeschrijving; waar Sopory & Dillard (2002) nog het effect benadrukten van een metafoor aan het begin van de communicatieboodschap.

Verwacht werd dat de gedragsintentie tot het verhogen van condoomgebruik ter preventie van een soa zou worden beïnvloed door het hebben van een vaste partner; mensen met een vaste partner lopen beduidend minder risico op een soa (Hiv vereniging, n.d.), ervan uitgaande dat iemand met vaste partner minder sekspartners heeft dan iemand zonder vaste partner. Daarom is de respondenten gevraagd of ze een vaste partner hadden. Echter is respondenten vlak voor het beantwoorden van de vragen met betrekking tot gedragsintentie gevraagd of ze, indien ze een vaste partner hadden, zich bij het beantwoorden van de vragen wilden voorstellen dat ze geen vaste partner zouden hebben. Gezien het feit dat het grootste gedeelte van de respondenten een vaste partner had, zou het vermogen tot het inleven in een situatie van invloed kunnen zijn geweest op het effect van metaforen op gedragsintentie.

6.3 Aanbevelingen vervolgonderzoek

Vervolgonderzoek zou zich ten eerste kunnen richten op het nadrukkelijker metaforisch beschrijven van het probleem en de oplossing. Landau et al. (2018) gebruikten de vijand-metafoor veel nadrukkelijker (langere, volledig metaforische tekst) in zowel de probleem als oplossingsbeschrijving dan in deze studie. Dit zou ervoor kunnen hebben gezorgd dat de metafoor heeft geleid tot een hogere angst voor de ziekte en daarmee tot een hogere gedragsintentie. Volgens Landau et al. (2018) wordt de mate van gedragsintentie beïnvloed door de mate van angst voor de ziekte. Vervolgonderzoek naar de invloed van metaforen op gedragsintentie tot het nemen van soa-preventiemaatregelen zou de metafoor wellicht meer nadruk kunnen geven in de gemanipuleerde teksten.

Daarnaast zouden vervolgstudies zich kunnen richten op ziektes waarvan de algemene waargenomen dreiging hoger ligt dan soa's. Wellicht hebben mensen een hogere gedragsintentie tot het uitvoeren van preventie-gedrag waarbij de waargenomen dreiging hoger ligt. Dit zou het verschil verklaren tussen deze studie en eerdere preventie-gerelateerde studies waarin wel effect werden gevonden van metafoorgebruik op gedragsintentie (Landau et al., 2018; Scherer et al., 2015) en overtuiging (Jansen et al., 2010).

Ondanks het uitblijven van significante verschillen tussen de vier condities, ligt de

gemiddelde gedragsintentie bij elke conditie relatief hoog. Dit suggereert dat de gedragsintentie voor condoomgebruik als soa-preventiemaatregel wel aanwezig is. Daarnaast zou het kunnen duiden op een effectieve tekstlengte en probleem-oplossingsstructuur (Hoeken et al. (2012).

Hoewel Complexiteit in dit onderzoek slechts is gemeten als controlevariabele voor de complexiteit van de hele gemanipuleerde tekst, kan de complexiteit van de metafoor volgens Van Stee et al. (2018) het metafoor-effect in soa-preventieberichten modereren. De complexiteit van de vijand-metafoor zelf is in dit onderzoek niet bevraagd. Wel bleek de metaforische tekst niet als minder complex te worden beoordeeld dan de letterlijke tekst. Dit suggereert dat vervolgstudies metaforen zorgvuldig zouden moeten overwegen op complexiteit.

Dit onderzoek naar het effect van metafoorgebruik op gedragsintentie tot het nemen van soa-preventiemaatregelen heeft, ondanks het uitblijven van hoofd- en interactieeffecten, een aantal belangrijke bevindingen. Zo wordt, net als in voorgaand onderzoek (Landau et al., 2018; Cameron & Chan, 2008), sterk gesuggereerd dat de Ernst en de Waargenomen Dreiging van de ziekte belangrijker moderatoren zijn voor het effect van metaforen in persuasieve communicatieboodschappen. Dat er moderatoren van invloed zijn op het effect van metaforen, suggereren ook Van Stee et al. (2018). Daarnaast toont dit onderzoek aan dat de vijand-metafoor de probleemomschrijving meer figuurlijk maakt dan de letterlijke probleemomschrijving. De vijand-gerelateerde metafoor Superheld in de omschrijving van de oplossing maakte de tekst naast meer figuurlijk ook levendiger dan de letterlijke omschrijving van de oplossing. Tot slot blijkt dat de gedragsintentie voor condoomgebruik als soa-preventiemaatregel over het algemeen relatief hoog ligt, met een duidelijk verschil tussen mannen en vrouwen.

Referentielijst

- Aidsfonds. (n.d.). Feiten en cijfers over hiv en aids. Geraadpleegd op 10 maart 2019, van <https://aidsfonds.nl/over-hiv-aids/feiten-en-cijfers/#groep>
- Ajzen, I., & Madden, T. (1986). Prediction of goal-directed behavior: Attitudes, intentions, and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22(5), 453-474. doi: 10.1016/0022-1031(86)90045-4
- Bergen, J. V. (2017). Werken aan een wereld zonder hiv en soa's. Geraadpleegd op 27 mei 2019, van <https://www.soa aids.nl/nl/item/seksoa-article/werken-aan-een-wereld-zonder-hiv-en-soa's>
- Brown J. D. (2000) Questions and answers about language testing statistics: What issues affect Likert-scale questionnaire formats? *Shiken: JALT Testing & Evaluation SIG Newsletter*, 4 (1), 27 – 33.
- Burgers, C., de Graaf, A., & Callaars, S. (2012). Differences in actual persuasiveness between experiential and professional expert evidence. *Journal of Argumentation in Context*, 1(2), 194–208. doi:10.1075/jaic.1.2.03deg
- Cameron, L. D., & Chan, C. K. Y. (2008). Designing health communications: Harnessing the power of affect, imagery, and self-regulation. *Personality and Social Psychology Compass*, 2(1), 262–282. doi: 10.1111/j.1751-9004.2007.00057.x
- De Souza, R. (2007). The construction of HIV/AIDS in indian newspapers: A frame analysis. *Health Communication*, 21(3), 257-266. doi: 10.1080/10410230701307733
- Evans, V., & Pourcel, S. (2009). *New directions in cognitive linguistics*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Fernandez, E. C. (2008). Sex-related euphemism and dysphemism: An analysis in terms of conceptual metaphor theory. *Journal of the Spanish Association of Anglo-American Studies*, 30(2), 95-110.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Gibbs Jr., R. W. (2011). Evaluating conceptual metaphor theory. *Discourse Processes*, 48(8), 529-562. doi: 10.1080/0163853X.2011.606103
- Hauser, D. J., & Schwarz, N. (2015). The war on prevention: Bellicose cancer metaphors hurt (some) prevention intentions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 41(1), 66–77. doi: 10.1177/0146167214557006
- Hiv vereniging (n.d.) Het risico op hiv en soa's. Geraadpleegd op 7 juni 2019, van <https://www.hivvereniging.nl/seksualiteit/het-risico-op-hiv-en-soa-s>
- Hoeken H., Hornikx, J., Hustinx, L. (2012), *Overtuigende teksten. Onderzoek en ontwerp*. Bussum: Coutinho
- Jansen, C., van Nistelrooij, M., Olislagers, K., Van Sambeek, M., & De Stadler, L. (2010). A fire station in your body: Metaphors in educational texts on HIV/AIDS. *Southern African Linguistics and Applied Language Studies*, 28(2), 133-139. doi: 10.2989/16073614.2010.519102
- Keefer, L. A., Landau, M. J., 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. doi: 10.1016/j.jesp.2014.05.012

- Kövecses, Z. (2008). Conceptual metaphor theory: Some criticisms and alternative proposals. *Annual Review of Cognitive Linguistics*, 6(1), 168-184. doi: 10.1075/arcl.6.08kov
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). Conceptual metaphor in everyday language. *Journal of Philosophy*, 77(8), 453-486.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago Press.
- Landau, M. J., Arndt, J., & Cameron, L. D. (2018). Do metaphors in health messages work? Exploring emotional and cognitive factors. *Journal of Experimental Social Psychology*, 74, 135–149. doi: 10.1080/10926488
- Ortony, A. (1975). Why metaphors are necessary and not just nice. *Educational Theory*, 25(1), 45–53. doi: 10.1111/j.1741-5446.1975.tb00666.x
- Petty, R., & Cacioppo, J. (1986). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. New York: Springer-Verlag. doi: 10.1007/978-1-4612-4964-1
- Qualtrics. (n.d.). Geraadpleegd op 20 maart 2019, van <https://www.qualtrics.com/>
- Robins, S., & Mayer, R. E. (2000). The metaphor framing effect: Metaphorical reasoning about text-based dilemmas. *Discourse Processes*, 30(1), 57-86. doi: 10.1207/S15326950dp3001_03
- Scherer A. M., Scherer, L. D., & Fagerlin, A. (2015). Getting ahead of illness: Using metaphors to influence medical decision making. *Medical Decision Making*, 35(1), 37-45. doi: 10.1177/0272989X14522547
- Simmons, J. P., Nelson, L. D., & Simonsohn, U. (2011). False-positive psychology. *Psychological Science*, 22(11), 1359-1366. doi:10.1177/0956797611417632
- Slingerland, E. (2004). Conceptual metaphor theory as methodology for comparative religion. *Journal of the American Academy of Religion*, 72(1), 1-31. doi: 10.1093/jaarel/lfh002
- Sopory, P., & Dillard, J. (2002). The persuasive effects of metaphor: A meta-analysis. *Human Communication Research*, 28(3), 382–419.
- Spina, M., Arndt, J., Landau, M. J., & Cameron L. D. (2018). Enhancing health message framing with metaphor and cultural values: Impact on latinas' cervical cancer screening. *The Society of Behavioral Medicine*, 52, 106–115. doi: 10.1093/abm/kax009
- Van Stee, S. K. (2018). Meta-analysis of the persuasive effects of metaphorical vs. literal messages. *Communication Studies*, 69(5), 545-566. doi: 10.1080/10510974.2018.1457553
- 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(1), 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). Geraadpleegd op National Institute for Public Health and the Environment website, van <https://www.soaids.nl/sites/default/files/rapport-rivm-soas-in-nederland-2017.pdf>

http://hosted.jalt.org/test/bro_7.htm

Bijlage 1: Vragenlijst 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!

TEKST (graag eerst zorgvuldig doorlezen)

Versie 1

Risico: metafoor

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.

Oplossing: metafoor

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.

Versie 2

Risico: letterlijk

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.

Oplossing: metafoor

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.

Versie 3:*Risico: metafoor*

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.

Oplossing: letterlijk

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

Versie 4:*Risico: letterlijk*

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.

Oplossing: letterlijk

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

Vragenlijst

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: Vragenlijst hoofdonderzoek

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

Door te klikken op de knop 'ik ga akkoord' geeft u aan, dat u:

- Bovenstaande informatie heeft gelezen;
 - Vrijwillig meedoet aan het onderzoek
 - 18 jaar of ouder bent
-
- Als u geen toestemming wilt geven en daarmee niet wilt deelnemen aan het onderzoek, kunt op de knop 'ik wil niet meedoen' klikken. Ik ga akkoord
 - Ik ga niet akkoord

1. Wat is uw geslacht?
 - a. Man
 - b. Vrouw
 - c. Anders
2. Wat is uw leeftijd?
3. Wat is uw hoogst genoten opleiding?
 - MBO
 - HBO
 - WO
 - Middelbare school
 - Lagere school
 - Anders
4. Heeft u op dit moment een vaste partner?
 - Ja
 - Nee
 - Wil ik niet zeggen

U krijgt hierna een boodschap te lezen. Vervolgens wordt een aantal vragen gesteld. U wordt vriendelijk verzocht de boodschap en de vragen zo zorgvuldig mogelijk te lezen.

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.

Let op: er zijn geen goede of foute antwoorden

TEKST (voorbeeld)

Een soa heb je zo te pakken. Je kunt hem krijgen zonder dat je iets merkt. Door één keer onveilig te vrijen kun je deze 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.

Let op: lees bovenstaande tekst zorgvuldig. U krijgt deze tekst één keer te zien

VRAGEN

Er volgen nu enkele vragen die betrekking hebben op de tekst die u zojuist heeft gelezen. Wij vragen u om de optie te kiezen die het dichtst bij uw mening ligt.

Let op: er zijn geen goede of foute antwoorden

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

1. Ik beoordeel de gelezen tekst als:

Letterlijk	1	2	3	4	5	6	7	Figuurlijk
Levendig	1	2	3	4	5	6	7	Vlak
Eenvoudig	1	2	3	4	5	6	7	Complex
Concreet	1	2	3	4	5	6	7	Abstract

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

Attitude

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

Goed	1	2	3	4	5	6	7	Slecht
Onplezierig	1	2	3	4	5	6	7	Plezierig
Schadelijk	1	2	3	4	5	6	7	Voordelig

Interessant	1	2	3	4	5	6	7	Vervelend
Verstandig	1	2	3	4	5	6	7	Onverstandig

Gedragintentie

1. Ik ben van plan om voortaan een condoom te gebruiken tijdens het vrijen

Zeker niet 1 2 3 4 5 6 7 Zeker wel

2. Ik zal voortaan een condoom gebruiken tijdens het vrijen

Onwaarschijnlijk 1 2 3 4 5 6 7 Waarschijnlijk

3. Ik ben bereid om voortaan een condoom te gebruiken tijdens het vrijen

Onwaar 1 2 3 4 5 6 7 Waar

4. Ik ga voortaan een condoom gebruiken tijdens het vrijen

Zeer mee oneens 1 2 3 4 5 6 7 Zeer mee eens

Dit waren de vragen. Hartelijk dank voor uw deelname aan het onderzoek
Mocht u vragen hebben naar aanleiding van het onderzoek, dan kunt u contact opnemen ...

*In het onderzoek is onderzocht in hoeverre metafoorgebruik in een
condoompromotieboodschap effect heeft op de houding en intentie tot het gebruiken van
een condoom ter preventie van soa's.*