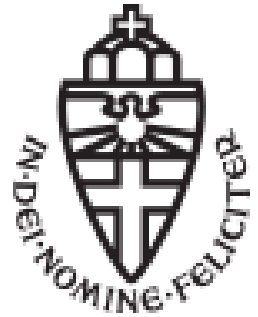


Radboud Universiteit



Masterscriptie

“Het effect van metaforen voor onveilige seks in soa-preventieboodschappen op de intentie om condooms te gebruiken onder jongeren”

“The effect of metaphors for unsafe sex in STD prevention messages on the intention to use condoms among young adults”

Dominique Paulissen
26-01-2021

Masterscriptie Communicatie- en
Informatiewetenschappen Faculteit der Letteren
Radboud Universiteit Nijmegen

Begeleider: Gudrun Reijnierse

Samenvatting

Het doel van deze studie was om bepaalde omstandigheden, die mogelijk het persuasieve effect van metaforen kunnen versterken, te onderzoeken. Verwacht werd dat een metafoor voor onveilige seks een effect heeft op de intentie om condooms te gebruiken, als deze een semantisch verband tussen het bron- en het doeldomein laat zien en aansluit bij de interesses van de ontvanger. Deze studie onderzocht eveneens of metaforen bij kunnen dragen aan het gevoel van eigen effectiviteit van de ontvanger, wat naar verwachting ook een effect op gedragsintenties heeft. Om de hypothesen te toetsen werd gebruik gemaakt van een experiment. De proefpersonen ($n = 122$) kregen een huisartsfolder te zien waarin onveilige seks met een metafoor (met of zonder semantisch verband tussen bron- en doeldomein) beschreven werd. Op basis van hun zelf aangegeven interesse en eigen effectiviteit met betrekking tot de gebruikte metaforen werden zij ingedeeld in een groep met hoge/lage interesse en eigen effectiviteit met betrekking tot het brondomein. Er bleken geen significante directe, noch indirecte effecten van semantisch verband, interesse brondomein en eigen effectiviteit brondomein op de intentie om condooms te gebruiken. Met de huidige studie kan geconcludeerd worden dat het, voor wat betreft de effectiviteit van een metafoor, geen verschil maakt of er een semantisch verband aanwezig is tussen het bron- en het doeldomein of niet. Verder blijkt een metafoor niet effectiever te zijn als deze aansluit bij de interesses en het gevoel van eigen effectiviteit van de ontvanger. Wel was de gemiddelde intentie van de proefpersonen om condooms te gebruiken hoog, namelijk 4.94 ($SD = 1.51$) op een 7-puntsschaal. Vervolgonderzoek is nodig om vast te stellen of deze hoge gedragsintenties een effect zijn van het metafoorgebruik en om te meten of metaforen ook invloed hebben op het daadwerkelijke gedrag van de proefpersonen met betrekking tot condoomgebruik.

Introductie

Jongeren hebben vaak onveilige seks. In 2017 gaf ruim 40% van de jongeren onder de 25 aan geen condoom te gebruiken tijdens een *one-night stand* (De Graaf, van den Borne, Nikkelen, Twisk & Meijer, 2017). Volgens De Jong (2020) daalt het condoomgebruik onder jongeren al een aantal jaar. Veel jonge vrouwen gebruiken andere anticonceptiemiddelen dan condooms (De Graaf et al., 2017). De meeste jongeren hebben daar vrede mee. Zij vinden het vooral belangrijk dat er geen bevruchting plaatsvindt. Het risico op een soa nemen ze voor lief (De Jong, 2020). Volgens Stock (2007) voelen jongeren die vaak onveilige seks hebben, maar nooit negatieve gevolgen hiervan ervaren, zich onkwetsbaar. Zij maken zich weinig zorgen om een soa op te lopen. Daarnaast vinden jongeren het een '*mood killer*' om een condoom om te doen. Daarom blijft deze vaak in de verpakking (De Jong, 2020).

Dat jongeren steeds vaker onveilige seks hebben is een serieus probleem. Soa's die niet op tijd behandeld worden kunnen namelijk ernstige gevolgen hebben en leiden tot onvruchtbaarheid. Het is belangrijk dat communicatie effectief wordt ingezet om het aantal jongeren dat onveilige seks heeft terug te dringen. In deze studie staat het inzetten van metaforen als communicatiestrategie om condoomgebruik onder jongeren te stimuleren centraal. Het effect van metaforen in soa-preventie boodschappen op de intentie om condooms te gebruiken wordt onderzocht.

Verschillende studies laten zien dat metaforen een effect kunnen hebben op overtuiging. Uit twee meta-analyses (Sopry & Dillard, 2002; Van Stee, 2018) blijkt bijvoorbeeld dat boodschappen die een metafoor bevatten doorgaans overtuigender zijn dan boodschappen zonder metafoor. Toch zijn er ook studies die geen positief effect van metaforen op overtuiging vinden (Kendall, 2010; Van Stee et al., 2018). Het inzetten van metaforen in persuasieve boodschappen hoeft dus niet altijd effectief te zijn.

Deze studie zoomt in op bepaalde omstandigheden die volgens eerder onderzoek het persuasieve effect van metaforen kunnen versterken, namelijk de aanwezigheid van een semantisch verband tussen het bron- en het doeldomein (Van Stee et al., 2018) en aansluiting bij de interesses van de ontvanger (Otatti, Rhoads & Graesser, 1999; Spina et al., 2018). Verder wordt er gekeken naar de theorie van gepland gedrag (Ajzen, 1991) om het effect van metaforen op overtuiging beter te begrijpen. Volgens deze theorie wordt de intentie om bepaald gedrag uit te voeren beïnvloed door drie factoren: de attitude ten opzichte van het gedrag, de mate waarin de ontvanger in staat is om dit gedrag uit te voeren (eigen effectiviteit) en wat anderen van het gedrag vinden (waargenomen norm). In deze studie wordt onderzocht via welke route metaforen een effect hebben op gedragsintentie.

Communicatiestrategieën in soa-preventie boodschappen

In Nederland wordt al jarenlang campagne gevoerd om het gebruik van condooms onder jongeren te stimuleren. In 1987 lanceerde stichting Soa Aids Nederland haar eerste campagne onder de naam ‘de condoomcampagne’. Op dat moment was er nog weinig bekend over het condoomgebruik onder jongeren. Door de jaren heen is deze kennis toegenomen. Onderzoek heeft uitgewezen dat veel jongeren geen condooms gebruiken (De Graaf et al., 2017).

Sinds 1987 is ook de literatuur over effectieve soa-preventie boodschappen toegenomen. Verschillende communicatiestrategieën zijn reeds onderzocht, waaronder het gebruiken van fear appeals (Witte, 1992), framing (Linville, Fischer & Fischhof, 1993) en tailoring (Brown-Peterside, Redding, Ren, & Koblin, 2000). Deze strategieën bleken alle drie een effect te hebben op overtuiging. Zo is uit de studie van Witte (1992) gebleken dat het opwekken van angst voor de negatieve gevolgen van soa’s een positief effect kan hebben op het gedrag van de ontvanger met betrekking tot condoomgebruik. Daarnaast is een boodschap met een winstframe, waarin een condoom wordt gepromoot dat voor 90% bescherming tegen soa’s biedt, effectiever dan een boodschap met een verliesframe, waarin een condoom wordt gepromoot dat in 10% van de gevallen faalt om je tegen soa’s te beschermen (Linville et al., 1993). Verder bleek uit de studie van Brown-Peterside et al. (2000) het belang van tailored interventies. Dit zijn interventies die aangepast worden aan de individuele kenmerken, bijvoorbeeld de huidige attitude ten opzichte van condoomgebruik, van de ontvanger (Devos-Comby & Salovey, 2002). Deze aanpassingen bleken een positief effect te hebben op de attitude ten opzichte van de boodschap (Brown-Peterside et al., 2000).

Hoewel de kennis over effectieve communicatiestrategieën in soa-preventie boodschappen is toegenomen, is het aantal jongeren dat onveilige seks heeft eveneens toegenomen (De Jong, 2020). Een communicatiestrategie waar mogelijk kansen liggen om het condoomgebruik onder jongeren te stimuleren is het inzetten van metaforen.

Metaforen

Een metafoor is een vorm van beeldspraak, die gebruikt wordt om een vergelijking tussen twee ongelijke objecten aan te duiden. Door het maken van zo’n vergelijking worden eigenschappen van een bepaald object (het brondomein) overgedragen op een ander object (het doeldomein) (Lakoff & Johnson, 1980). Metaforen worden gebruikt om bepaalde abstracte objecten begrijpelijker te maken, door ze te vergelijken met een concreet, herkenbaar object (Landau, Arndt & Cameron, 2018). Een soa is een voorbeeld van zo’n abstract object. In een educatief artikel van NEMO Kennislink wordt een soa metaforisch beschreven als een indringer die door ons afweersysteem wordt opgeruimd (Lalieu, 2009). De kenmerken van het relatief concrete concept ‘indringer’ (het brondomein) worden in dit voorbeeld overgedragen op het relatief abstracte concept ‘soa’ (het doeldomein).

Metaforen hebben verschillende functies. Ze worden bijvoorbeeld ingezet om de ontvanger van een boodschap te informeren of te overtuigen. De metafoor ‘een soa is een indringer’ uit het artikel van NEMO Kennislink (Lalieu, 2009) kan er voor zorgen dat jongeren het abstracte concept soa kunnen visualiseren, waardoor het makkelijker kan worden om te begrijpen wat een soa is. Metaforen kunnen daarom ingezet worden als hulpmiddel om informatieve teksten, zoals het artikel van NEMO Kennislink (Lalieu, 2009), begrijpelijker te maken.

In deze studie is met name de overtuigende functie van metaforen relevant. Metaforen kunnen boodschappen op een bepaalde manier framen, waardoor bepaalde informatie over het doeldomein extra benadrukt of juist weggelaten wordt (Lakoff & Johnson, 1980). Zo benadrukt de metafoor ‘een soa is een indringer’ (Lalieu, 2009) dat een soa, net als een indringer, ongevraagd en vaak ongemerkt ergens (in dit geval je lichaam) binnentreedt. Wat deze metafoor verbergt is dat je in principe zelf in de hand hebt of een soa je lichaam binnentreedt, omdat je jezelf met een condoom makkelijk kunt beschermen tegen soa’s. Op deze manier kunnen metaforen beïnvloeden hoe wij over een bepaald onderwerp denken (Lakoff & Johnson, 1980). Daarom kunnen metaforen ook ingezet worden als hulpmiddel om effectieve persuasieve boodschappen te creëren.

Er wordt veel onderzoek gedaan naar de effectiviteit van metaforen in persuasieve boodschappen. In de afgelopen jaren zijn er twee meta-analyses (Sopory & Dillard, 2002; Van Stee, 2018) uitgevoerd die aantonen dat boodschappen die een metafoor bevatten doorgaans overtuigender zijn dan boodschappen zonder metafoor. Om beter te begrijpen wanneer metaforen precies een effect hebben op overtuiging werden mogelijke moderatoren onderzocht. Hier kwamen verschillende resultaten uit. Sopory en Dillard (2002) vonden bewijs dat de positie en de ‘nieuwheid’ (*novelty*) van metaforen de effectiviteit van een boodschap kunnen beïnvloeden. Metaforen zijn volgens hen overtuigender als ze aan het begin van een boodschap gebruikt worden en als ze nieuw zijn. Volgens de definitie van Semino (2008) wordt een metafoor als nieuw beschouwd als de betekenis (nog) niet in het woordenboek is opgenomen. Van Stee (2018) onderzocht dezelfde moderatoren als Sopory en Dillard (2002). Uit haar meta-analyse bleken echter twee andere moderatoren, namelijk het format van de boodschap en de bekendheid van het doeldomein, van invloed te zijn op de effectiviteit van de metafoor. Volgens haar zijn metaforen in gesproken boodschappen overtuigender dan in geschreven boodschappen. Daarnaast zouden metaforen voor een bekend doeldomein overtuigender zijn dan boodschappen voor een onbekend doeldomein.

Hoewel de twee meta-analyses (Sopory & Dillard, 2002; Van Stee, 2018) beide aantonen dat metaforen een positief effect hebben op overtuiging, laten deze dus verschillende resultaten zien met betrekking tot de mogelijke moderatoren. Onder welke omstandigheden metaforen precies effectief zijn is dus niet duidelijk. Beide meta-analyses (Sopory & Dillard, 2002; Van Stee, 2018) onderzochten het effect van metaforen op overtuiging in verschillende communicatiedisciplines. Om een antwoord te kunnen geven op de vraag hoe metaforen het beste ingezet kunnen worden om condoomgebruik onder jongeren te stimuleren, wordt er dieper ingegaan op de verschillende studies naar metaforen in gezondheidscommunicatie.

Metaforen in gezondheidscommunicatie

Studies naar de effectiviteit van metaforen in gezondheidscommunicatie laten verschillende resultaten zien. Meerdere studies (Keefer, Landau, Sullivan & Rothschild, 2014; Landau et al., 2018; Scherer, Scherer & Fagerlin, 2015; Spina, Arndt, Landau & Cameron, 2018) tonen aan dat metaforische gezondheidsboodschappen overtuigender zijn dan letterlijke gezondheidsboodschappen. Andere studies (Kendall, 2010; Van Stee, Noar, Grant Harrington & Grant, 2018) vonden daarentegen geen effect van metaforen op overtuiging. Om deze

verschillende bevindingen te kunnen verklaren wordt er gekeken naar de metaforen die in deze studies gebruikt zijn.

Veel studies laten een positief effect zien van het gebruik van metaforen op gedragsintenties. Zo onderzochten Scherer et al. (2015) het effect van metaforen voor de griep op vaccinatie-intenties. Zij gebruikten de metaforen ‘griep is een wild beest dat je aanvalt’, ‘griep is een rel’, ‘griep is een leger dat je aanvalt’ en ‘griep is onkruid dat in je lichaam groeit’. Al deze metaforen bleken een positief effect te hebben op de vaccinatie-intenties van de proefpersonen. Daarnaast had volgens Landau et al. (2018) het metaforisch framen van de zon als vijand een positief effect op de intentie om zonnebrandcrème te smeren en werden antidepressiva volgens Keefer et al. (2014) als effectief beschouwd als ze werden geframed als opbeurende medicijnen voor als je je *down* voelt. Deze resultaten suggereren dat het gebruiken van metaforen in gezondheidsboodschappen een positief effect heeft op overtuiging.

Toch zijn er ook studies (Kendall, 2010; Van Stee et al., 2018) die er niet in zijn geslaagd om een positief effect te vinden van metaforen op overtuiging in gezondheidsboodschappen. In de studie van Van Stee et al. (2018) werd het effect van metaforen voor condooms op de intentie om condooms te gebruiken onderzocht. Een condoom werd metaforisch geframed als parachute voor als je gaat skydiven en als beschermingspak voor als je een besmette omgeving betreedt. In de letterlijke conditie werd een condoom beschreven als bescherming tegen soa's. Uit de resultaten bleek dat de participanten de conditie zonder metafoor overtuigender vonden dan beide metafoorcondities. Verder werd in de studie van Kendall (2010) de attitude van participanten tegenover het advies van een psychotherapeut gemeten. In de metafoorconditie vergeleek de therapeut het hebben van psychische problemen met autopech. Deze metafoor bleek echter geen effect te hebben op de attitude tegenover de psychotherapeut en de impact van zijn advies.

De verschillende bevindingen uit de besproken studies zouden verklaard kunnen worden door de mate waarin er een semantisch verband aanwezig is tussen het brondomein en het doeldomein van de gebruikte metaforen. Van Stee et al. (2018) suggereren dat als het doeldomein (in hun studie een condoom), en het brondomein (in hun studie een parachute of beschermingspak) semantisch te verschillend van elkaar zijn, het voor de ontvanger lastiger is om ze aan elkaar te verbinden. Hierdoor is de ontvanger minder goed in staat om de metafoor cognitief te verwerken, waardoor er mogelijk geen attitude- en intentieverandering optreedt (Van Stee et al., 2018). Dat Kendall (2010) geen effect vond, zou eveneens verklaard kunnen worden door het gebrek aan semantische verbanden tussen autopech (het brondomein) en psychische problemen (het doeldomein). Dit doet vermoeden dat metaforen in gezondheidsboodschappen een positief effect hebben op overtuiging, tenzij de metafoor geen semantisch verband laat zien tussen het brondomein en het doeldomein. De hypothese die op basis van deze aanname is geformuleerd en in de huidige studie getoetst zal worden is als volgt:

- H1: Een metafoor voor onveilige seks die een semantisch verband laat zien tussen het doel- en het brondomein heeft een positief effect op de intentie om een condoom te gebruiken ten opzichte van een metafoor die geen semantisch verband tussen het doel- en het brondomein laat zien.

Verwacht wordt dat het effect van het semantische verband tussen het bron- en het doeldomein op de intentie om condooms te gebruiken, wordt gemedieerd door de attitude tegenover condoomgebruik. Volgens de theorie van gepland gedrag (Ajzen, 1991) wordt de intentie om bepaald gedrag uit te voeren namelijk beïnvloed door drie factoren: de attitude ten opzichte van het gedrag, de mate waarin de ontvanger zich in staat voelt om dit gedrag uit te

voeren (eigen effectiviteit) en wat anderen van het gedrag vinden (waargenomen norm). Zowel Sopory en Dillard (2002) als Van Stee (2018) besteedden in hun meta-analyse aandacht aan het effect van metaforen op attitudes. Uit beide analyses bleek dat metaforische boodschappen leidden tot een positievere attitude dan letterlijke boodschappen. Zij toetsten echter niet of attitude een significante voorspeller is voor intentie. Daarom is de volgende hypothese opgesteld die in de huidige studie getoetst zal worden:

- H2: Het effect van het semantische verband tussen het bron- en het doeldomein van een metafoor voor onveilige seks op de intentie om condooms te gebruiken wordt gemedieerd door de attitude tegenover condoomgebruik.

Kenmerken van de ontvanger

Of een metafoor effectief is kan per ontvanger van de boodschap verschillen. Metaforen lijken beter te werken als deze aansluiten bij de interesses en (culturele) opvattingen van de ontvanger (Landau et al., 2018; Ottati, Rhoads & Graesser, 1999; Spina et al., 2018). Zo was de attitude tegenover een afstudeerscriptie die metaforisch geframed werd als een sportcompetitie hoger voor sportliefhebbers, dan voor niet-sportliefhebbers (Ottati, Rhoads & Graesser, 1999). Daarnaast werd de effectiviteit van de metafoor ‘de zon is een vijand’ gemodereerd door de individuele verschillen in angst voor vijanden van de ontvanger (Landau et al., 2018). Mensen die meer angst ervaarden voor vijanden hadden na blootstelling aan deze metafoor hogere intenties om zonnebrandcrème te gebruiken dan mensen die minder angst ervaarden voor vijanden. Verder was de metafoor ‘een lichaam is een gezin’ effectief voor ontvangers die hoog scoren op de culturele waarden collectivisme en familiewaarde (Spina et al., 2018). Na blootstelling aan de metafoor bleken deze waarden significante voorspellers te zijn voor de intentie om regelmatig een uitstrijkje te laten maken.

Uit bovenstaande resultaten kan worden geconcludeerd dat een metafoor die aansluit bij de interesses van de ontvanger effectiever is dan een metafoor die niet aansluit bij de interesses van de ontvanger. De hypothese die op basis van deze aanname is geformuleerd en in deze studie getoetst zal worden is als volgt:

- H3: Een metafoor voor onveilige seks waarvan het brondomein aansluit bij de interesses van de ontvanger heeft een positief effect op de intentie om een condoom te gebruiken ten opzichte van een metafoor waarvan het brondomein niet aansluit bij de interesses van de ontvanger.

Er wordt verwacht dat het effect van interesse voor het brondomein op de intentie om condooms te gebruiken, eveneens wordt gemedieerd door de attitude tegenover condoomgebruik. Volgens Ottati, Rhoads en Graesser (1999) heeft de interesse met betrekking tot het brondomein (in hun geval een sportcompetitie) namelijk een positief effect op attitude ten opzichte van het doeldomein (in hun geval een afstudeerscriptie). Verder is attitude volgens de theorie van gepland gedrag (Ajzen, 1991) een voorspeller van gedragsintentie. Daarom wordt verwacht dat er een indirect effect bestaat van de interesse voor het brondomein van een metafoor voor onveilige seks op de intentie om condooms te gebruiken, via de attitude tegenover condoomgebruik. Dit is echter niet eerder getoetst. Daarom is de volgende hypothese opgesteld die in deze studie getoetst zal worden:

- H4: Het effect van de interesse voor het brondomein van een metafoor voor onveilige seks op de intentie om condooms te gebruiken wordt gemedieerd door de attitude tegenover condoomgebruik.

Verder zal in deze studie onderzocht worden of er een interactie-effect bestaat tussen de variabelen semantisch verband en interesse voor het brondomein op intentie. Semantisch verband en interesse brondomein hebben naar verwachting beiden een effect hebben op intentie (Landau et al., 2018; Otatti, Rhoads & Graesser, 1999; Spina et al., 2018; Van Stee et al., 2018), maar de vraag rijst of deze variabelen in combinatie ook een effect hebben op intentie, en hoe dit effect eruit ziet.

De variabelen semantisch verband en interesse brondomein zijn niet eerder met elkaar in verband gebracht. Op basis van de bestaande literatuur is het daarom lastig om te beredeneren hoe een interactie-effect van deze twee variabelen op intentie er precies uit zou zien. Zo zou een metafoor die geen semantisch verband laat zien tussen het doel- en het brondomein, maar wel aansluit bij de interesses van de ontvanger, een positief effect kunnen hebben op intentie, ten opzichte van een metafoor die wel een semantisch verband laat zien tussen het doel- en het brondomein, maar niet aansluit bij de interesses van de ontvanger. Het is ook mogelijk dat een metafoor die niet aansluit bij de interesses van de ontvanger slechts effectief is als er een semantisch verband aanwezig is, terwijl het voor een metafoor die wel aansluit bij de interesses van de ontvanger geen verschil maakt of er een semantisch verband aanwezig is of niet. Omdat er tot op heden geen aanwijzingen bestaan hoe een interactie-effect tussen semantisch verband en interesse brondomein op intentie er uit zou zien, is in plaats van een hypothese de volgende vraag geformuleerd die in deze studie beantwoord zal worden:

- V1: Bestaat er een interactie-effect tussen het semantische verband tussen het brondomein en het doeldomein van een metafoor voor onveilige seks en de interesse met betrekking tot het brondomein van een metafoor voor onveilige seks op de intentie om condooms te gebruiken? En zo ja, hoe ziet dit interactie-effect eruit?

Eigen effectiviteit

Hoewel wordt verwacht dat het effect van metaforen in gezondheidsboodschappen op gedragsintentie doorgaans via attitude verloopt, zou dit effect ook gemedieerd kunnen worden door de mate waarin de ontvanger zich in staat voelt om het bepleite gedrag uit te voeren, oftewel de eigen effectiviteit. Volgens Landau et al. (2018) kunnen metaforen helpen om het gevoel van eigen effectiviteit met betrekking tot bepaald gedrag te vergroten. Een metafoor waarvan het brondomein een actie is waarvan men een hoge mate van eigen effectiviteit ervaart, zou ertoe kunnen leiden dat de eigen effectiviteit met betrekking tot het doeldomein ook vergroot wordt.

Als voorbeeld noemen Landau et al. (2018) een metafoor waarbij het regelmatig testen van je gezondheid wordt vergeleken met het regelmatig vervangen van de olie in je auto. Zij suggereren dat zo'n metafoor beter werkt voor mensen die vaak de olie in hun auto vervangen, dan voor mensen die geen idee hebben hoe ze dit moeten doen. Mensen die regelmatig de olie in hun auto vervangen hebben namelijk een hoge mate van eigen effectiviteit met betrekking tot het brondomein van deze metafoor. Dit zou ertoe kunnen leiden dat hun eigen effectiviteit met betrekking tot het doeldomein (het regelmatig uitvoeren van gezondheidstesten) ook wordt vergroot. Dit zou er volgens de theorie van gepland gedrag (Ajzen, 1991) vervolgens toe kunnen leiden dat de intentie om regelmatig gezondheidstesten uit te voeren ook vergroot wordt.

Deze suggestie van Landau et al. (2018) is echter nooit getoetst. Wel is het relevant om hier inzicht in te krijgen, omdat eigen effectiviteit een belangrijke voorspeller blijkt te zijn voor het uitvoeren van gezond gedrag (Bengel, Belz-Merk & Farin, 2006; Boldero, Moore & Rosenthal, 1992; Sheeran, Harris & Epton, 2014). Zo is eigen effectiviteit volgens Boldero et

al. (1992) de belangrijkste voorspeller voor de intentie om condooms te gebruiken. Volgens hen is het vooral belangrijk dat je met je partner kunt praten over condoomgebruik en dat condooms makkelijk te verkrijgen zijn. Dit is volgens Boldero et al. (1992) nog belangrijker dan de attitude ten opzichte van condoomgebruik. Verder onderzochten Bengel et al. (2006) het effect van de geschatte eigen effectiviteit om te praten over condoomgebruik op de mate van soa-preventief gedrag. Uit de resultaten bleek dat mensen die geen moeite hebben om met hun partner te praten over hun seksuele wensen en condoomgebruik vaker veilige seks hebben. Om condoomgebruik onder jongeren te stimuleren zou het dus effectief kunnen zijn om door middel van metaforen op hun eigen effectiviteit om condooms te gebruiken in te spelen.

In deze studie zal worden getoetst of een hoge mate van eigen effectiviteit met betrekking tot het brondomein van een metafoor voor onveilige seks een effect heeft op de intentie om condooms te gebruiken. Verwacht wordt dat dit effect gemedieerd wordt door de mate van eigen effectiviteit met betrekking tot het doeldomein, in dit geval condoomgebruik. De volgende hypothesen zijn geformuleerd:

- H5: Een metafoor waarvan de ontvanger een hoge mate van eigen effectiviteit met betrekking tot het brondomein ervaart heeft een positief effect op de intentie om een condoom te gebruiken ten opzichte van een metafoor waarvan de ontvanger een lage mate van eigen effectiviteit met betrekking tot het brondomein ervaart.
- H6: Het effect van de eigen effectiviteit met betrekking tot het brondomein van een metafoor voor onveilige seks op de intentie om condooms te gebruiken wordt gemedieerd door de eigen effectiviteit met betrekking tot het doeldomein.

Methodie

Materiaal

Om de hypothesen te toetsen werd gebruik gemaakt van een experiment. Alle proefpersonen werden blootgesteld aan een folder van een fictieve huisartsenpraktijk over soa's en condoomgebruik. Er zijn twee verschillende folders ontworpen (zie Bijlage 1 & 2). In de eerste folder werd onveilige seks metaforisch beschreven als het moedwillig vervuilen van je lichaam. Deze metafoor is gekozen naar aanleiding van de studie van Weis (1997). Door middel van ongestructureerde interviews onderzocht Weis (1997) welke metaforen gebruikt worden om AIDS en HIV te beschrijven. Uit de resultaten bleek dat studenten AIDS metaforisch beschrijven als een vervuiling van je lichaam door lichaamsvloeistoffen. Deze metafoor vertoont een semantisch verband tussen doel- en brondomein, omdat een soa wordt veroorzaakt door bacteriën die je overdraagt tijdens onveilige seks. Bacteriën worden vaak geassocieerd met vuil (Akaouche, 2019). Deze folder sluit af met de zin: *'Met een condoom hou je je lichaam schoon en ben je beschermd tegen het gevaar van een soa.'*

In de tweede folder werd onveilige seks metaforisch beschreven als bungeejumpen zonder touw. Deze metafoor vertoont een minder duidelijk semantisch verband tussen het doeldomein en het brondomein en is vergelijkbaar met de skydive-metafoor die Van Stee et al. (2018) gebruikten. Deze bleek niet effectief te zijn, mogelijk wegens het gebrek aan een semantisch verband tussen bron- en doeldomein. De folder sluit af met als oplossing: *'Met een condoom stel je jezelf veilig en ben je beschermd tegen het gevaar van een soa.'*

Voordat de proefpersonen aan de folder blootgesteld werden kregen ze verschillende vragen om hun interesse met betrekking tot het brondomein te meten. Dit was de tweede

onafhankelijke variabele. Met verschillende 7-punts Likert schalen werd de affiniteit van de proefpersonen met extreme sporten en de mate waarin zij hygiëne belangrijk vinden gemeten. De betrouwbaarheid van de schaal Interesse extreme sporten bestaande uit drie items was goed: $\alpha = .93$. Het gemiddelde van deze drie items werd gebruikt in de verdere analyse. Verder was de betrouwbaarheid van de schaal Interesse hygiëne bestaande uit drie items adequaat: $\alpha = .72$. Het gemiddelde van deze drie items werd gebruikt in de verdere analyse. Ook werd met een aantal vragen de attitude van de proefpersonen met betrekking tot de anderhalvemetermaatregel, als gevolg van de coronapandemie in 2020, gemeten. Deze vragen werden gesteld om priming te voorkomen en werden niet meegenomen in de verdere analyse.

Alle proefpersonen kregen dezelfde vragen, ongeacht of zij in de vervuiling- of bungeejumpconditie waren ingedeeld. Met behulp van een mediaansplit werden de proefpersonen vervolgens, afhankelijk van de conditie waaraan zij blootgesteld werden, ingedeeld in een groep die hoge interesse en een groep die lage interesse heeft voor het brondomein. In de vervuiling-conditie was de mediaan van interesse voor het brondomein 5.67 en in de bungeejump-conditie was dit 3.67. Tabel 1 laat de gemiddelde interesse voor het brondomein van de respondenten zien.

Tabel 1: Gemiddelde interesse brondomein (1= zeer laag, 7= zeer hoog)

	Semantisch verband (Vervuiling-conditie) <i>n</i> = 61	Geen semantisch verband (Bungeejump-conditie) <i>n</i> = 61	Totaal <i>n</i> = 122
Hoge interesse bron <i>n</i> = 58	<i>M</i> = 6.45, <i>SD</i> = 0.39,	<i>M</i> = 5.57 , <i>SD</i> = 1.19	<i>M</i> = 6.00, <i>SD</i> = 1.00
Lage interesse bron <i>n</i> = 64	<i>M</i> = 5.08, <i>SD</i> = 0.71	<i>M</i> = 2.17 , <i>SD</i> = 0.73	<i>M</i> = 3.67, <i>SD</i> = 1.63
Totaal <i>n</i> = 122	<i>M</i> = 5.71, <i>SD</i> = 0.90	<i>M</i> = 3.84, <i>SD</i> = 1.97	<i>M</i> = 4.78, <i>SD</i> = 1.79

Op dezelfde manier werd de onafhankelijke variabele eigen effectiviteit met betrekking tot het brondomein gemeten. De proefpersonen moesten aan de hand van de schaal die hiervoor is ontworpen door Fishbein en Ajzen (2010) hun eigen effectiviteit met betrekking tot het uitvoeren van extreme sporten en het hanteren van een hygiënische levensstijl aangeven. De betrouwbaarheid van de schaal Eigen effectiviteit extreme sporten bestaande uit vier items was goed: $\alpha = .80$. Het gemiddelde van deze vier items werd gebruikt in de data-analyse. Verder was de betrouwbaarheid van de schaal Eigen effectiviteit hygiëne bestaande uit vier items adequaat: $\alpha = .78$. Het gemiddelde van deze items werd eveneens gebruikt in de data-analyse. Ook werd de eigen effectiviteit met betrekking tot het houden van anderhalve meter afstand bevraagd om priming te voorkomen. Deze gegevens werden niet meegenomen in de verdere analyse.

Met behulp van een mediaansplit werden de proefpersonen, afhankelijk van de conditie waaraan zij blootgesteld werden, ingedeeld in een groep die een hoge mate van eigen effectiviteit en een groep die een lage mate van eigen effectiviteit met betrekking tot het brondomein ervaart. In de vervuiling-conditie was de mediaan van eigen effectiviteit met betrekking tot het brondomein 6.25 en in de bungeejump-conditie was dit 4.75. Tabel 2 laat de gemiddelde eigen effectiviteit met betrekking tot het brondomein van de respondenten zien.

Tabel 2: Gemiddelde eigen effectiviteit brondomein (1= zeer laag, 7= zeer hoog)

	Semantisch verband (Vervuiling-conditie) <i>n</i> = 61	Geen semantisch verband (Bungeejump-conditie) <i>n</i> = 61	Totaal <i>n</i> = 122
Hoge eigen effectiviteit <i>n</i> = 65	<i>M</i> = 6.70, <i>SD</i> = 0.30	<i>M</i> = 5.51, <i>SD</i> = 0.59	<i>M</i> = 6.10, <i>SD</i> = 0.76
Lage eigen effectiviteit <i>n</i> = 57	<i>M</i> = 5.42, <i>SD</i> = 0.67	<i>M</i> = 3.31, <i>SD</i> = 1.15	<i>M</i> = 4.39, <i>SD</i> = 1.41
Totaal <i>n</i> = 122	<i>M</i> = 6.10, <i>SD</i> = 0.82	<i>M</i> = 4.50, <i>SD</i> = 1.41	<i>M</i> = 5.30, <i>SD</i> = 1.40

Proefpersonen

De doelgroep van dit onderzoek bestond uit jongeren tussen de 18 en 25 jaar, die minimaal één keer in hun leven geslachtsgemeenschap hadden gehad en die op het moment van afnemen geen vaste relatie hadden. In totaal hebben 185 proefpersonen aan dit onderzoek deelgenomen. Hiervan hebben 14 personen de vragenlijst niet volledig ingevuld. Hun antwoorden zijn niet meegenomen in de uiteindelijke analyse. Verder werden 49 personen uitgesloten van deelname, omdat zij niet aan alle criteria voldeden. Hierdoor bestond de uiteindelijke steekproef uit 122 proefpersonen.

Van deze 122 proefpersonen had 68.0% een WO-opleiding genoten. Voor 16.4% van de proefpersonen was de hoogst genoten opleiding een Hbo-opleiding en voor 2.5% was dit een Mbo-opleiding. 13.1% van de proefpersonen had enkel een middelbareschooldiploma in bezit. Verder was de gemiddelde leeftijd van de proefpersonen 22.47 jaar (*SD* = 1.51). De jongste respondent was 19 en de oudste was 25 jaar. Daarnaast was 34.4% van de proefpersonen man en 65.6% vrouw.

De proefpersonen werden willekeurig verdeeld over de vervuiling- en de bungeejump-conditie. Om te controleren of de proefpersonen op basis van hun geslacht, leeftijd en opleidingsniveau evenredig over de condities verdeeld waren, werd een aantal toetsen uitgevoerd. Uit een χ^2 -toets tussen Conditie en Geslacht bleek geen verband te bestaan (χ^2 (1) = .15, *p* = .703). Verder bleek uit een eenweg-variantie analyse van Conditie op Leeftijd geen significant hoofdeffect ($F(1,120) < 1$). Dit betekent dat alle proefpersonen op basis van hun geslacht en leeftijd evenredig over de condities verdeeld waren.

Het aantal proefpersonen dat als hoogst genoten opleiding een Mbo-opleiding had, was te laag om aan alle assumpties voor een χ^2 -toets tussen Conditie en Opleidingsniveau te voldoen. Maximaal 20% van de verwachte waarden mag minder zijn dan vijf om deze toets uit te kunnen voeren. Daarom werden de categorieën Mbo en Middelbare school samengevoegd om toch een χ^2 -toets tussen Conditie en Opleidingsniveau uit te kunnen voeren. Uit een χ^2 -toets tussen Conditie en Opleidingsniveau bleek ook geen verband te bestaan (χ^2 (2) = 2.15, *p* = .341). De proefpersonen waren dus ook op basis van hun opleidingsniveau evenredig over de condities verdeeld.

Onderzoeksontwerp

Dit onderzoek hanteerde een 2 x 2 tussenproefpersoonontwerp. De twee onafhankelijke variabelen Semantisch verband en Interesse brondomein bestonden beiden uit twee niveaus, namelijk wel vs. geen semantisch verband en hoge vs. lage interesse met betrekking tot het

brondomein. De respondenten werden random toegewezen aan een folder die een metafoor bevatte met of zonder semantisch verband tussen bron- en doeldomein. Op basis van hun eigen antwoorden werden de respondenten verdeeld in een groep met hoge en lage interesse voor het brondomein.

Los van deze onafhankelijke variabelen werd een afzonderlijke analyse gedraaid met de onafhankelijke variabele Eigen effectiviteit brondomein. Deze variabele bestond eveneens uit twee niveaus, namelijk een hoge vs. een lage mate van eigen effectiviteit met betrekking tot het brondomein. Verder werd met alle drie de onafhankelijke variabelen een aparte mediatie-analyse gedraaid.

Instrumentatie

Nadat de proefpersonen aan een van de twee folders waren blootgesteld werden hun attitude, eigen effectiviteit en intentie met betrekking tot condoomgebruik bevraagd. Deze werden gemeten aan de hand van de schalen die hiervoor ontworpen zijn door Fishbein en Ajzen (2010). De schaal Attitude bestaat uit vijf 7-punts semantische differentiaal (Als ik voortaan een condoom gebruik, is dat slecht - goed, schadelijk – voordelig etc.). De betrouwbaarheid van deze schaal was onvoldoende: $\alpha = .55$. Daarom werd een principale componentenanalyse met oblimin-rotatie uitgevoerd. Deze liet een oplossing zien in twee factoren die samen 71.44% van de variantie verklaarden. De twee factoren 'Att1' en 'Att2' bleken beiden wel betrouwbaar (Att1: $\alpha = .70$; Att2: $\alpha = .82$). Att1 bestaat uit de items 'als ik voortaan een condoom gebruik is dat: slecht – goed, schadelijk – voordelig, en onverstandig – verstandig'. Deze items vatten het algemeen geldende oordeel over condoomgebruik samen. Att1 wordt daarom vanaf nu Oordeel(Att1) genoemd. Att2 bestaat uit de twee items 'als ik voortaan een condoom gebruik is dat: onplezierig – plezierig, en vervelend – interessant'. Deze items gaan meer over de persoonlijke ervaring van de proefpersonen met condoomgebruik. Att2 wordt daarom vanaf nu Ervaring(Att2) genoemd. De gemiddeldes van de schalen Oordeel(Att1) en Ervaring(Att2) werden beiden gebruikt in de verdere analyse.

Verder bestond de schaal Eigen effectiviteit uit vier 7-punts Likertschalen (zeer mee oneens – zeer mee eens). De betrouwbaarheid was twijfelachtig $\alpha = .64$. Een principale componentenanalyse met oblimin-rotatie liet geen oplossing zien in meerdere factoren. Daarom werd het gemiddelde van de vier items alsnog gebruikt voor de eigen effectiviteit met betrekking tot condoomgebruik, die in de verdere analyses is gebruikt.

Tenslotte was de schaal Intentie, die eveneens bestond uit vier 7-punts Likertschalen, goed $\alpha = 0.94$. Het gemiddelde van de vier items is gebruikt voor de intentie om condooms te gebruiken, die in de verdere analyses is gebruikt.

Procedure

Dit experiment werd online afgenomen in Qualtrics. De respondenten werden voornamelijk via sociale media geworven. Voordat het onderzoek begon kregen de respondenten een korte instructie. Hierin werd vermeld dat het onderzoek ging over condoomgebruik onder jongeren. Dat het effect van metaforen werd onderzocht werd niet vermeld.

Allereerst moesten de respondenten hun leeftijd, geslacht en opleidingsniveau invullen. Ook werd gevraagd of zij op dit moment een vaste relatie hadden en of ze minstens één keer in hun leven geslachtsgemeenschap hadden gehad. Om aan deze studie deel te kunnen nemen moesten de proefpersonen tussen de 18 en 25 jaar oud zijn, vrijgezel zijn en minstens één keer in hun leven geslachtsgemeenschap gehad hebben. Als zij niet aan de eisen voldeden om mee te doen werden zij uitgesloten van deelname.

Vervolgens startte de vragenlijst voor de respondenten die wel aan de eisen voldeden. Allereerst moesten zij de vragen beantwoorden die bepaalden of zij hoge of lage interesse en eigen effectiviteit voor het brondomein hadden. Hierna werden zij blootgesteld aan één van de

twee folders. Daarna beantwoordden zij de vragen die hun attitude, eigen effectiviteit en intentie met betrekking tot condoomgebruik maten.

Na afloop werden de respondenten bedankt voor hun tijd. Voor alle respondenten gold dezelfde procedure. Zij vulden de vragenlijst allemaal individueel in. De gemiddelde afname duurde acht minuten en 23 seconden ($SD = 46$ minuten en 44 seconden).

Statistische toetsing

Om de verschillende hypothesen te toetsen werd het programma IBM SPSS Statistics 27 gebruikt. Om de hoofdeffecten en het interactie-effect van semantisch verband tussen het bron- en het doeldomein en de interesse met betrekking tot het brondomein op de intentie om condooms te gebruiken te toetsen werd gebruik gemaakt van een tweeweg-ANOVA. Verder werd een eenweg-ANOVA gedraaid om het effect van eigen effectiviteit met betrekking tot het brondomein op de intentie om condooms te gebruiken te toetsen. Om de mediaties te toetsen werden mediatie-analyses uitgevoerd met behulp van de PROCESS tool.

Resultaten

Hoofd- en interactie-effecten

Om de hoofdeffecten en het interactie-effect van Semantisch verband en Interesse brondomein op Intentie (H1, H3 & V1) te onderzoeken is een tweeweg variantie-analyse uitgevoerd. Tabel 3 laat de gemiddelde intentie om condooms te gebruiken van de respondenten zien.

Tabel 3: Gemiddelde Intentie condoomgebruik (1 = zeer laag, 7 = zeer hoog)

	Semantisch verband (Vervuiling-conditie) $n = 61$	Geen semantisch verband (Bungeejump-conditie) $n = 61$	Totaal $n = 122$
Hoge interesse bron $n = 58$	$M = 4.59, SD = 1.45$	$M = 4.92, SD = 1.65$	$M = 4.76, SD = 1.55$
Lage interesse bron $n = 64$	$M = 4.98, SD = 1.42$	$M = 5.25, SD = 1.51$	$M = 5.11, SD = 1.47$
Totaal $n = 122$	$M = 4.80, SD = 1.44$	$M = 5.09, SD = 1.57$	$M = 4.94, SD = 1.51$

Uit een tweeweg variantie-analyse van Semantisch verband en Interesse brondomein op Intentie bleek geen significant hoofdeffect van Semantisch verband ($F(1,118) = 1.20, p = .276$). Daarnaast bleek er ook geen significant hoofdeffect van Interesse brondomein ($F(1,118) = 1.73, p = .191$). Er is ook geen interactie-effect gevonden van Semantisch verband en Interesse brondomein ($F(1,118) < 1$).

Verder werd een eenweg variantie-analyse gebruikt om te toetsen of er een significant hoofdeffect van Eigen effectiviteit brondomein op Intentie (H5) bestond. Tabel 4 laat de gemiddelde intentie om condooms te gebruiken van de respondenten met hoge en lage eigen effectiviteit met betrekking tot het brondomein zien.

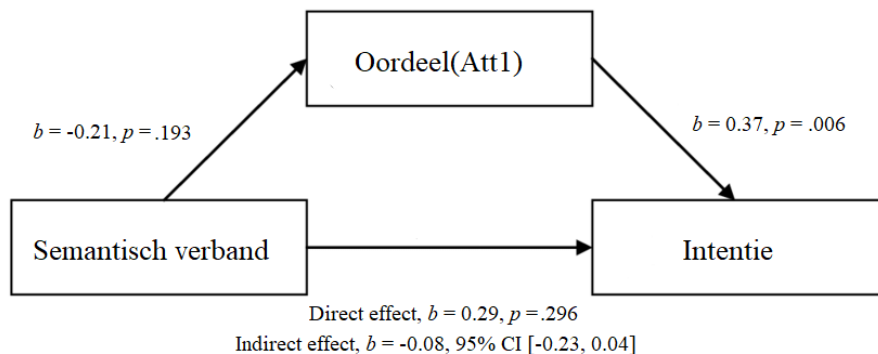
Tabel 4: Gemiddelde Intentie condoomgebruik (1 = zeer laag, 7 = zeer hoog)

Lage eigen effectiviteit brondomein <i>n</i> = 57	Hoge eigen effectiviteit brondomein <i>n</i> = 65	Totaal <i>n</i> = 122
<i>M</i> = 4.75, <i>SD</i> = 1.59	<i>M</i> = 5.12, <i>SD</i> = 1.43	<i>M</i> = 4.94, <i>SD</i> = 1.51

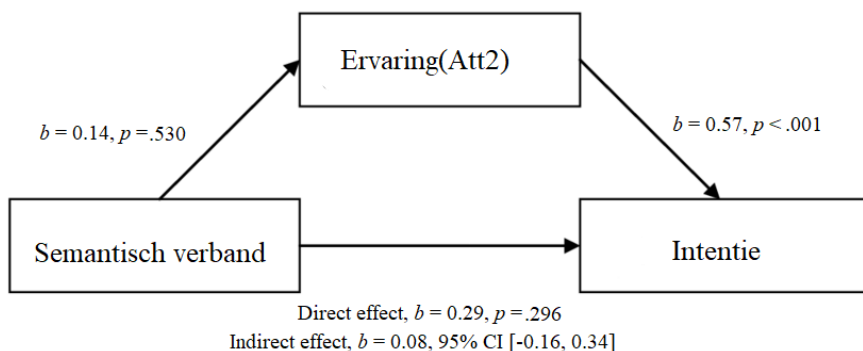
Uit een eenweg variantie-analyse van Eigen effectiviteit brondomein op Intentie bleek geen significant effect ($F(1,121) = 1.84, p = .178$).

Mediatie-analyses

Om te toetsen of het effect van Semantisch verband op Intentie gemedieerd wordt door Attitude (H2) werden mediatie-analyses uitgevoerd met behulp van de PROCESS tool. Omdat de schaal Attitude niet betrouwbaar bleek te zijn, werd deze opgesplitst in de twee factoren Oordeel(Att1) en Ervaring (Att2). Uit een mediatie-analyse met PROCESS voor Semantisch verband op Intentie met als mediator Oordeel(Att1) bleek geen significant indirect effect, $b = -0.08$, 95% BCa CI [-0.23, 0.04] (zie Figuur 1). Eenzelfde mediatie-analyse met Ervaring(Att2) als mediator liet ook geen significant indirect effect zien, $b = -0.08$, 95% BCa CI [-0.16, 0.34] (zie Figuur 2).

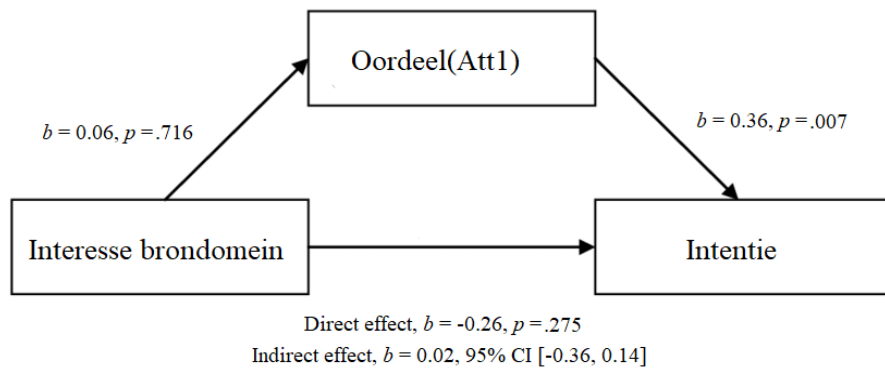


Figuur 1 Effect van Semantisch verband op Intentie via Oordeel(Att1)

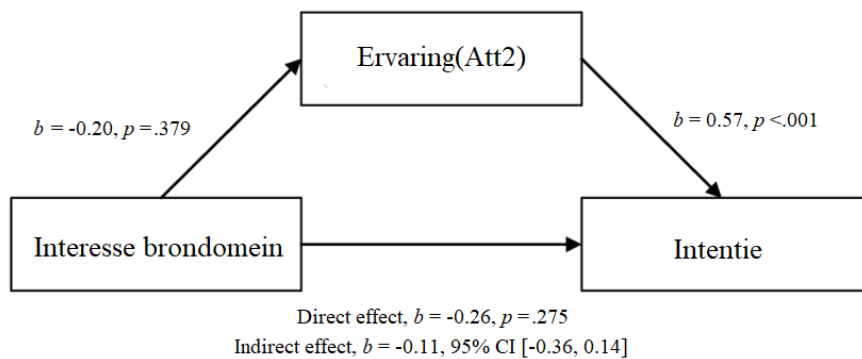


Figuur 2 Effect van Semantisch verband op Intentie via Ervaring(Att2)

Verder werden twee mediatie-analyse met PROCESS uitgevoerd om te toetsen of het effect van Interesse brondomein op Intentie werd gemedieerd door Attitude (H4). Uit een mediatie-analyse met PROCESS voor Interesse brondomein op Intentie met als mediator Oordeel(Att1) bleek geen significant indirect effect, $b = 0.02$, 95% BCa CI [-0.36, 0.14] (zie Figuur 3). Eenzelfde mediatie-analyse met Ervaring (Att2) als mediator liet ook geen significant indirect effect zien, $b = -0.11$, 95% BCa CI [-0.36, 0.14] (zie Figuur 4).

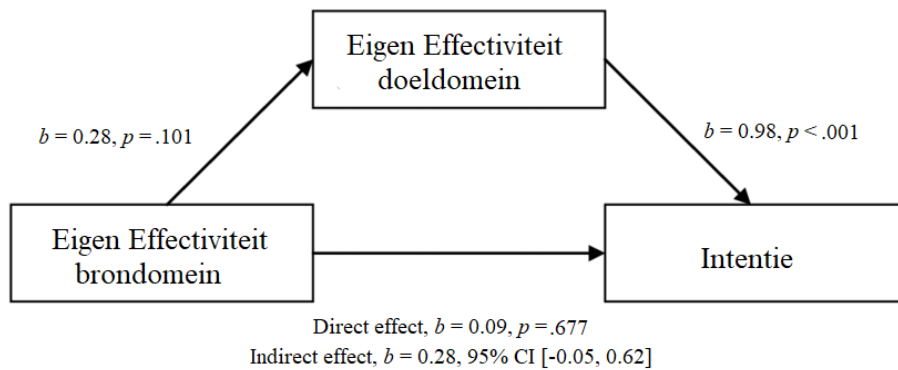


Figuur 3 Effect van Interesse brondomein op Intentie via Oordeel(Att1)



Figuur 4 Effect van Interesse brondomein op Intentie via Ervaring(Att2)

Als laatste werd een mediatie-analyse met de PROCESS tool uitgevoerd om te toetsen of het effect van Eigen effectiviteit brondomein op Intentie gemedieerd werd door Eigen effectiviteit doeldomein (H6). Uit een mediatie-analyse met PROCESS voor Eigen effectiviteit brondomein op Intentie met als mediator Eigen effectiviteit doeldomein bleek geen significant indirect effect, $b = 0.28$, 95% BCa CI [-0.05, 0.62] (zie Figuur 5).



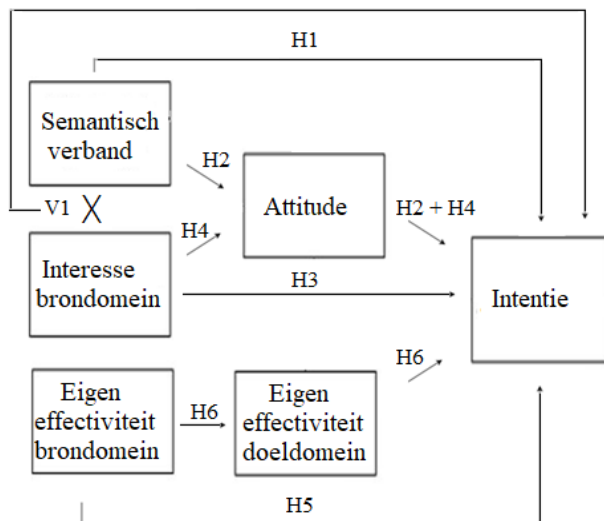
Figuur 5 Effect van Eigen effectiviteit brondomein op Intentie via Eigen effectiviteit doeldomein

Conclusie

Het doel van deze studie was om bepaalde omstandigheden, die mogelijk het persuasieve effect van metaforen kunnen versterken, te onderzoeken. De onderzochte omstandigheden waren de aanwezigheid van een semantisch verband tussen bron- en doeldomein en de aansluiting bij de interesses en het gevoel van eigen effectiviteit van de ontvanger. Door middel van een experiment werden de proefpersonen blootgesteld aan een metafoor die een semantisch verband vertoonde tussen bron-en doeldomein, of een metafoor zonder semantisch verband. Verder werden de proefpersonen met behulp van een mediaansplit ingedeeld in een groep met hoge of lage interesse voor het brondomein, en een groep met hoge of lage eigen effectiviteit met betrekking tot het brondomein. Na blootstelling aan het materiaal werden de attitude, eigen effectiviteit en intentie van de proefpersonen met betrekking tot condoomgebruik bevraagd. De gemiddelde intentie om condooms te gebruiken van de proefpersonen uit deze studie was 4.94 ($SD = 1.51$) op een 7-puntsschaal (zie Tabel 3).

Op basis van deze studie kan geconcludeerd worden dat het, voor wat betreft de effectiviteit van een metafoor voor onveilige seks, geen verschil maakt of er een semantisch verband aanwezig is tussen het bron- en het doeldomein of niet. Er bleek namelijk geen positief effect van semantisch verband op intentie (H1). Verder blijkt een metafoor niet effectiever te zijn als deze aansluit bij de interesses en het gevoel van eigen effectiviteit van de ontvanger. Er bestond namelijk ook geen positief effect van interesse brondomein en eigen effectiviteit brondomein op intentie (H3 & H5). Tenslotte bleek er geen interactie-effect tussen semantisch verband en interesse brondomein op intentie (V1). H1, H3 en H5 werden dus verworpen en V1 werd negatief beantwoord (zie Figuur 6).

Verder had deze studie als doel om te onderzoeken via welke route metaforen een effect hebben op intenties. Op basis van deze studie kan geconcludeerd worden dat metaforen voor onveilige seks die aansluiten bij de interesses van de ontvanger, met een semantisch verband tussen bron- en doeldomein, geen indirect effect via attitude hebben op de intentie om condooms te gebruiken. H2 & H4 werden dus verworpen. Verder hebben metaforen voor onveilige seks waarvan de ontvanger een hoge mate van eigen effectiviteit ervaart ook geen indirect effect via eigen effectiviteit doeldomein op de intentie om condooms te gebruiken. Ook H6 werd dus verworpen (zie Figuur 6).



Figuur 6 Schematische weergave hypothesen

Discussie

Mogelijke verklaringen

Semantisch verband

Dat er geen bewijs gevonden werd voor H1 (zie Figuur 6) komt mogelijk doordat de gebruikte metaforen niet alleen qua semantisch verband van elkaar verschilden, maar bijvoorbeeld ook qua ernst. De gevolgen van bungeejumpen zonder touw zijn namelijk een stuk schadelijker dan de gevolgen van het vervuilen van je lichaam. Hierdoor wordt onveilige seks in de bungeejump-conditie geframed als iets heel ernstigs, terwijl dat in de vervuiling-conditie wel meevalt. De bungeejump-conditie zou hierdoor meer angst voor soa's opgewekt kunnen hebben dan de vervuiling-conditie, wat volgens Witte (1992) kan leiden tot hogere intenties om condooms te gebruiken. De gemiddelde intentie om condooms te gebruiken was voor de proefpersonen in de bungeejump-conditie dan ook hoger ($M = 5.09$, $SD = 1.57$) dan voor de proefpersonen in de vervuiling-conditie ($M = 4.80$, $SD = 1.44$) (zie Tabel 3). Voor beide groepen was de gemiddelde intentie om condooms te gebruiken dus hoog, maar mogelijk was dat om verschillende redenen het geval. Mogelijk leidt de vervuiling-metafoor tot hoge gedragsintenties vanwege het semantische verband tussen bron- en doeldomein (Van Stee et al., 2018) en de bungeejump-conditie vanwege de opgewekte angst (Witte, 1992). Dit zou het uitblijven van een effect van semantisch verband op intentie kunnen verklaren.

Daarnaast verschilden de gebruikte metaforen in termen van waarschijnlijkheid dat het gebeurt. Zo is de kans dat je je lichaam vervuult een stuk groter dan dat je gaat bungeejumpen zonder een touw te gebruiken. Verder verschilden de metaforen van elkaar in termen van soort actie. Bungeejumpen is een actie die je zelf onderneemt, terwijl vervuiling eerder iets is dat je overkomt. Kortom, de metaforen zijn op meerdere aspecten niet met elkaar te vergelijken. Om een effect van semantisch verband op intentie te vinden zouden metaforen gebruikt moeten worden die zo vergelijkbaar mogelijk met elkaar zijn, behalve voor wat betreft het semantische verband.

Dat er geen indirect effect van semantisch verband op intentie via attitude (H2) gevonden werd zou eveneens verklaard kunnen worden door de erg verschillende metaforen. Attitude bleek, zoals de theorie van gepland gedrag (Ajzen, 1991) ook voorspelt, een significante voorspeller voor intentie te zijn (zie Figuur 1 t/m 4). Een effect van semantisch

verband op attitude bleef echter uit. De verschillen in ernst, waarschijnlijkheid en soort actie tussen de gebruikte metaforen zouden er voor gezorgd kunnen hebben dat de attitudes van de proefpersonen enigszins vergelijkbaar zijn. Net als de gedragsintenties waren de attitudes tegenover condoomgebruik van de proefpersonen hoog. Op Oordeel(Att1) scoorden de proefpersonen gemiddeld 6.34 ($SD = 0.92$) en op Ervaring(Att2) 5.24 ($SD = 0.72$). De hoge attitudes van de proefpersonen uit de bungeejump-conditie zouden, net als de intenties, mogelijk door andere redenen tot stand zijn gekomen dan de hoge attitudes van de proefpersonen uit de vervuiling-conditie. Om een effect van semantisch verband op attitude te vinden zouden de gebruikte metaforen zo vergelijkbaar mogelijk moeten zijn, behalve voor wat betreft het semantische verband. Deze mogelijke verklaring voor het uitblijven van een effect van semantisch verband op intentie (via attitude) is tevens een limitatie.

Hoewel het gebruik van twee lastig te vergelijken metaforen de resultaten mogelijk beïnvloed kan hebben, wordt op basis van deze studie voorzichtig geconcludeerd dat de aanwezigheid van een semantisch verband tussen bron- en doeldomein niet bijdraagt aan de effectiviteit van een metafoor. Voor de suggestie van Van Stee et al. (2018) dat de aanwezigheid van zo'n verband een voorwaarde is voor attitude- en intentieverandering wordt dus geen steun gevonden.

Interesse brondomein

Uit de resultaten van deze studie blijkt dat aansluiting van een metafoor bij de interesses van de ontvanger niet bijdraagt aan de effectiviteit van een metafoor (H3 & H4, zie Figuur 6). Dit komt niet overeen met de bevindingen van Landau et al. (2018), Ottati, Rhoads en Graesser (1999) en Spina et al. (2018). Uit deze studies bleek namelijk dat metaforen wel effectiever zijn als deze aansluiten bij de interesses en (culturele) opvattingen van de ontvanger. Dit verschil in resultaten zou mogelijk verklaard kunnen worden door de methode die in de huidige studie is gebruikt om de proefpersonen in te delen in de groepen met hoge en lage interesse voor het brondomein. Dit gebeurde aan de hand van een mediaansplit. In de vervuiling-conditie was de mediaan van interesse voor het brondomein 5.67 op een 7-puntsschaal en in de bungeejump-conditie was dit 3.67.

De mediaan van interesse hygiëne was dus erg hoog. Kennelijk vindt het merendeel van de proefpersonen hygiëne in zekere zin belangrijk. Alle respondenten uit de vervuiling-conditie die minder dan 5.67 scoorden op interesse hygiëne werden ingedeeld in de groep met lage interesse. Ondanks dat deze groep het label 'lage interesse' heeft, was de gemiddelde interesse voor het brondomein van deze groep hoog, namelijk 5.08 op een 7-puntsschaal ($SD = 0.71$) (zie Tabel 1). De proefpersonen die bloot zijn gesteld aan de bungeejump-conditie met een lage interesse voor extreme sporten scoorden gemiddeld 2.17 ($SD = 0.73$) (zie Tabel 1) op interesse voor het brondomein. Dit is dus een heel stuk lager. Hoewel deze groepen dus lastig met elkaar te vergelijken zijn op basis van hun interesse voor het brondomein, zijn ze toch samengevoegd tot de groep 'lage interesse brondomein'. Binnen deze groep lopen de scores op interesse voor het brondomein erg uiteen.

Dat veel proefpersonen in de groep 'lage interesse brondomein' daadwerkelijk relatief hoog scoren op interesse brondomein, kan er voor gezorgd hebben dat er geen effect is gevonden van interesse brondomein op intentie (via attitude). Om dit effect te kunnen vinden zou de groep met lage interesse in het brondomein ook echt daadwerkelijk lager moeten scoren op interesse brondomein dan de groep met hoge interesse voor het brondomein. Mogelijk was er wel een effect van interesse brondomein op intentie gevonden als er twee aparte t-toetsen waren gedraaid van interesse brondomein op intentie voor de vervuiling- en de bungeejump-conditie. In de bungeejump-conditie was er namelijk wel een duidelijk verschil tussen de mensen die hoge en lage interesse voor het brondomein hadden.

Eigen effectiviteit brondomein

Om de proefpersonen in te delen in een groep met hoge en lage eigen effectiviteit met betrekking tot het brondomein werd dezelfde methode gebruikt als voor interesse brondomein. De mediaan voor eigen effectiviteit hygiëne was, net als voor interesse hygiëne, erg hoog, namelijk 6.25 op een 7-puntsschaal. De mediaan voor eigen effectiviteit extreme sporten was een stuk lager, namelijk 4.25. Dat er geen effect werd gevonden van eigen effectiviteit brondomein op intentie (via eigen effectiviteit doeldomein) (H5 & H6, zie Figuur 6) zou op dezelfde manier verklaard kunnen worden, als het uitgebleven effect van interesse brondomein op intentie.

H5 en H6 waren opgesteld naar aanleiding van de suggestie van Landau et al. (2018). Zij suggereerden dat een metafoor waarvan het brondomein een actie is waarvan men een hoge mate van eigen effectiviteit ervaart, ertoe zou kunnen leiden dat de eigen effectiviteit met betrekking tot het doeldomein ook vergroot wordt. Op die manier zouden metaforen, volgens de theorie van gepland gedrag (Ajzen, 1991) via eigen effectiviteit een effect kunnen hebben op intentie. Deze suggestie was nooit getoetst en tot op heden is de bestaande literatuur over het effect dat metaforen hebben op eigen effectiviteit minimaal. Hoewel de hoge mediaan van eigen effectiviteit hygiëne de resultaten mogelijk beïnvloed kan hebben, wordt op basis van deze studie voorzichtig geconcludeerd dat metaforen geen effect hebben op het gevoel van eigen effectiviteit. Uit de mediatie-analyse bleek overigens wel dat eigen effectiviteit met betrekking tot condoomgebruik een significante voorspeller was voor de intentie om condooms te gebruiken (zie Figuur 5). Deze bevindingen bevestigen de voorspellingen uit de theorie van gepland gedrag (Ajzen, 1991).

Hoge gedragsintenties

Hoewel deze studie geen bewijs vindt voor de hypothesen, valt wel op dat de gemiddelde intentie om condooms te gebruiken van de proefpersonen uit deze studie redelijk hoog was, namelijk 4.94 ($SD = 1.51$) op een 7-puntsschaal. Hoewel veel jongeren geen condooms gebruiken (De Graaf et al., 2017; De Jong, 2020) lijken de respondenten uit deze studie toch de intentie te hebben om voortaan wel condooms te gebruiken. Dit zou een effect kunnen zijn van het feit dat er metaforen gebruikt werden. Uit verschillende studies (Keefer, Landau, Sullivan & Rothschild, 2014; Landau et al., 2018; Scherer, Scherer & Fagerlin, 2015; Sopory & Dillard, 2002; Spina, Arndt, Landau & Cameron, 2018; Van Stee, 2018) blijkt namelijk dat dat metaforische gezondheidsboodschappen overtuigender zijn dan letterlijke gezondheidsboodschappen.

Echter, om te kunnen stellen dat de hoge gedragsintenties van de proefpersonen een effect zijn van het metafoorgebruik, had er gebruik gemaakt moeten worden van een controleconditie, waarin onveilige seks letterlijk werd beschreven. Daarmee zou gecontroleerd kunnen worden of de intenties van jongeren om condooms te gebruiken echt hoger zijn voor proefpersonen die blootgesteld zijn aan een metaforische conditie dan proefpersonen die zijn blootgesteld aan een letterlijke conditie. Dat er geen gebruik is gemaakt van een controleconditie is tevens een limitatie van deze studie.

De hoge gedragsintenties die uit deze studie naar voren komen zouden ook het gevolg kunnen zijn van het geven van sociaal wenselijke antwoorden. Seksualiteit en seksueel gedrag zijn namelijk persoonlijke thema's. Hoewel in de introductie van de vragenlijst vermeld stond dat alle gegevens anoniem zijn en alleen voor wetenschappelijke doeleinden gebruikt zouden worden, is niet geheel uit te sluiten dat de intentie om condooms te gebruiken van de proefpersonen daadwerkelijk lager is.

Het bestaan van een intention-behaviour gap (Sheeran & Webb, 2016) kan ook een mogelijke verklaring zijn voor de hoge gedragsintenties. Jongeren weten wel dat het verstandig is om condooms te gebruiken, maar toch gebeurt het in de praktijk vaak niet (De

Graaf et al., 2017; De Jong, 2020). Dit komt bijvoorbeeld doordat er volgens De Jong (2020) vaak alcohol in het spel als jongeren een *one-night-stand* hebben. Ze denken dan minder na over de negatieve gevolgen van onveilige seks en nemen minder weloverwogen beslissingen.

Limitaties

De eerste limitatie van dit onderzoek, die reeds genoemd is, was dat er geen gebruik werd gemaakt van een controleconditie. In vervolgonderzoek zou er wel een controleconditie gebruikt moeten worden om het effect van de gebruikte metaforen op gedragsintenties vast te stellen. Een andere manier om te controleren of de hoge gedragsintenties het effect zijn van de gebruikte metaforen, is om de attitude- en intentie met betrekking tot condoomgebruik ook te meten voor blootstelling aan de metaforen. Op die manier wordt er gekeken naar attitude- en intentieverandering, waardoor het wel mogelijk is om conclusies te trekken over het daadwerkelijke effect van de gebruikte metaforen. In vervolgonderzoek zou minstens een van deze twee methoden gebruikt moeten worden om het effect van de gebruikte metaforen op gedragsintenties vast te stellen.

Een andere limitatie van deze studie was dat de vervuiling-metafoor niet geschikt bleek te zijn om een effect te vinden van interesse brondomein op intentie. Het uitvragen van de interesse voor hygiëne bleek namelijk niet geschikt te zijn om een duidelijke groep met lage interesse te vormen, omdat alle proefpersonen hygiëne relatief belangrijk bleken te vinden. Het uitvragen van een meer specifieke interesse zoals auto's (Landau et al., 2018) of sport (Ottati, Rhoads & Graesser, 1999) levert waarschijnlijk meer uiteenlopende resultaten op, waardoor de mediaan relevantere informatie over de proefpersonen verstrekt.

Ook zou gesteld kunnen worden dat de steekproef van deze studie niet divers genoeg was. Dit kan namelijk ook een reden zijn dat de scores van de proefpersonen op interesse en eigen effectiviteit hygiëne te weinig van elkaar verschilden om een duidelijke groep met hoge en lage interesse en eigen effectiviteit met betrekking tot hygiëne te vormen. Ottati, Rhoads en Graesser (1999) selecteerden de proefpersonen voor hun studie door aan mogelijke respondenten te vragen of zij van sport hielden of niet. Op basis van de antwoorden die daaruit kwamen werd een groep met hoge en lage interesse voor sport gevormd. In vervolgonderzoek zou op dezelfde manier een groep met hoge en lage interesse gevormd kunnen worden. Zo is het beter te controleren of de groepen met hoge en lage interesse daadwerkelijk van elkaar verschillen.

Daarnaast was de steekproef niet divers genoeg wat betreft de verdeling qua geslacht en opleidingsniveau. De meeste proefpersonen uit deze studie waren vrouw (65.6%) en hadden een WO-opleiding genoten (68.0%). Om een adequaat beeld te krijgen van de effecten van metaforen voor onveilige seks op condoomgebruik onder jongeren in het algemeen, zouden deze verdelingen gelijk moeten zijn. Met de resultaten uit de huidige studie kunnen voornamelijk conclusies getrokken worden over de intenties van hoogopgeleide vrouwen om condooms te gebruiken.

De laatste limitatie van deze studie betreft de afnameduur. De gemiddelde afname van de vragenlijst was acht minuten en 23 seconden, met een standaardafwijking van 46 minuten en 44 seconden. Deze hoge standaardafwijking laat zien dat een aantal proefpersonen zeer kort, dan wel zeer lang heeft gedaan over het invullen van de vragenlijst. De kortste afnameduur was één minuut en 16 seconden. Deze proefpersoon heeft onmogelijk de folder aandachtig door kunnen lezen. Verder was de langste afnameduur langer dan acht uur. Deze proefpersoon heeft mogelijk in de tussentijd iets anders gedaan. Om de validiteit van de resultaten te waarborgen, hadden de antwoorden van deze outliers beter niet meegenomen kunnen worden in de analyse.

Vervolgonderzoek

Verskillende communicatiestrategieën zijn inmiddels effectief gebleken om de intentie om condooms te gebruiken te beïnvloeden, namelijk het inzetten van fear appeals (Witte, 1992), framing (Linville, Fischer & Fischhof, 1993) en tailoring (Brown-Peterside, Redding, Ren, & Koblin, 2000). Het inzetten van metaforen zou een waardevolle toevoeging aan deze strategieën kunnen zijn. Uit verschillende studies blijkt namelijk dat het inzetten van metaforen in gezondheidsboodschappen een effectieve overtuigingsstrategie is (Keefer, Landau, Sullivan & Rothschild, 2014; Landau et al., 2018; Scherer, Scherer & Fagerlin, 2015; Sopory & Dillard, 2002; Spina, Arndt, Landau & Cameron, 2018; Van Stee, 2018). Uit de huidige studie naar metaforen bleek eveneens dat de proefpersonen een hoge intentie om condooms te gebruiken hadden. Toch is er meer onderzoek nodig om inzicht te krijgen in de omstandigheden waaronder metaforen het meest effectief zijn.

Mogelijk leiden metaforen die angst bij de ontvanger opwekken tot hoge intenties om condooms te gebruiken. Uit de huidige studie bleek immers dat de intenties om een condoom te gebruiken, voornamelijk voor de proefpersonen uit de bungeejump-conditie, hoog waren ($M = 5.09$, $SD = 1.57$). Verder onderzoek naar een combinatie van metaforen en fear appeals (Witte, 1992) zou een interessante bijdrage kunnen leveren aan de huidige literatuur over metaforen.

Ook is er meer onderzoek nodig om inzicht te krijgen via welke route metaforen een effect hebben op gedragsintentie. Volgens de theorie van gepland gedrag (Ajzen, 1991) worden gedragsintenties beïnvloed door drie factoren, namelijk attitude, eigen effectiviteit en waargenomen norm. Bekend is dat metaforen een effect hebben op gedragsintenties (Sopory & Dillard, 2002; Van Stee, 2018), maar er is nog weinig bekend over de rol die deze drie mediators spelen in het effect van metaforen op gedragsintenties. Tot op heden is vooral aandacht besteed aan het effect dat metaforen hebben op attitude. De literatuur over metaforen in combinatie met eigen effectiviteit is minimaal, en over het effect van metaforen op waargenomen norm is tot op heden niks bekend. Echter, een metafoor die het gebruiken van condooms frame als iets wat iedereen doet, en een metafoor die onveilige seks frame als iets wat helemaal niemand doet, zou voor jongeren misschien juist effectief kunnen zijn. Jongeren zijn namelijk erg beïnvloedbaar door hun sociale omgeving. Volgens De Graaf et al. (2017) hangt het gedrag met betrekking tot condoomgebruik van jongeren sterk samen met attitudes en het daadwerkelijke gedrag met betrekking tot condoomgebruik van leeftijdsgenoten.

De belangrijkste conclusie die uit deze studie naar voren komt is dat het voor wat betreft de effectiviteit van een metafoor, geen verschil maakt of er een semantisch verband aanwezig is tussen het bron- en het doeldomein of niet. Verder blijkt een metafoor niet effectiever te zijn als deze aansluit bij de interesses en het gevoel van eigen effectiviteit van de ontvanger. De hoge gedragsintenties die uit deze studie naar voren komen doen vermoeden dat beide metaforen ‘onveilige seks is vervuiling van je lichaam’ en ‘onveilige seks is bungeejumpen zonder touw’ effectief zijn om het condoomgebruik onder jongeren te stimuleren. Vervolgonderzoek is echter nodig om te onderzoeken of deze hoge gedragsintenties daadwerkelijk een effect zijn van de gebruikte metaforen, en om te meten of deze metaforen ook invloed hebben op het daadwerkelijke gedrag van de proefpersonen met betrekking tot condoomgebruik.

Referenties

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-t
- Akaouche, H. (2019, 10 juli). De meesten vinden bacteriën vooral vies. *Nemo Kennislink*. Geraadpleegd van <https://www.nemokennislink.nl/publicaties/de-meesten-vinden-bacterien-vooral-vies>
- Bengel, J., Belz-merk, M., & Farin, E. (1996) The role of risk perception and efficacy cognitions in the prediction of HIV-related preventive behavior and condom use. *Psychology and Health*, 11(4), 505-525. doi:10.1080/08870449608401986
- Boldero, J., Moore, S., & Rosenthal, D. (1992) Intention, context, and safe sex: Australian adolescents' responses to AIDS. *Journal of Applied Social Psychology*, 22(17), 1374-1396. doi:10.1111/j.1559-1816.1992.tb00955.x
- Brown-Peterside, P., Redding, C., Ren, L., & Koblin, B. (2000). Acceptability of a stage matched expert system intervention to increase condom use among women at high risk of HIV infection in New York City. *AIDS Education and Prevention*, 12, 171–181.
- De Graaf, H., van den Borne, M., Nikkelen, S., Twisk, D., & Meijer, S. (2017). *Seks onder je 25e: Seksuele gezondheid van jongeren in Nederland anno 2017*. Delft: Eburon.
- De Jong, A. (2020, 12 februari). Studenten hebben het niet zo op seks met condoom. 'Alsof je een massage krijgt met je winterjas aan'. *NoordHollands Dagblad*. Geraadpleegd van https://www.noordhollandsdagblad.nl/cnt/dmf20200212_37781564/studenten-hebben-het-niet-zo-op-seks-met-condoom-alsof-je-een-massage-krijgt-met-je-winterjas-aan
- Devos-Comby, L., & Salovey, P. (2002). Applying persuasion strategies to alter HIV-relevant thoughts and behavior. *Review of General Psychology*, 6(3), 287–304. doi:10.1037/1089-2680.6.3.287
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (2010). Predicting and changing behavior: The reasoned action approach. *New York: Psychology Press*, 449 – 463.
- Keefer, L., Landau, M., Sullivan, D. & Rothschild, Z. (2014). Embodied metaphor and abstract problem solving: Testing a metaphoric fit hypothesis in the health domain. *Journal of Experimental Social Psychology*, 55, 12-20. doi: 10.1016/j.jesp.2014.05.012
- Kendall, W. (2010). Examining the persuasive effect of metaphor use in psychotherapy: An experimental test of contributing factors (*Unpublished doctoral dissertation*). State University of New York, Albany.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago Press.
- Lalieu, E. (2009, 1 juli). De SOA top 7. *Nemo Kennislink*. Geraadpleegd van <https://www.nemokennislink.nl/publicaties/de-soa-top-7>
- Landau, M., Arndt, J., & Cameron, L. (2018). Do metaphors in health messages work? Exploring emotional and cognitive factors. *Journal of Experimental Social Psychology*, 74(2), 135-149. doi:10.1016/j.jesp.2017.09.006
- Linville, P., Fischer, G., & Fischhoff, B. (1993). AIDS risk perceptions and decision biases. In Pryor, J. & Reeder, G. (2015), *The social psychology of HIV infection* (pp. 5–38). Abingdon, Verenigd Koninkrijk: Taylor & Francis.
- Ottati, V., Rhoads, S., & Graesser, A. (1999). The effect of metaphor in processing style in a persuasion task: A motivational resonance model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(4), 688 – 697.

- Scherer A., Scherer, L., & 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
- Sheeran, P., Harris, P., & Epton T. (2014) Does heightening risk appraisals change people's intentions and behavior: A meta-analysis of experimental studies. *Psychological Bulletin*, 140, 511 – 543.
- Sheeran, P., & Webb, T. L. (2016). The intention-behavior gap. *Social and Personality Psychology Compass*, 10(9), 503–518. <https://doi.org/10.1111/spc3.12265>
- Semino, E. (2008). *Metaphor in discourse*. Cambridge, Verenigd Koninkrijk: Cambridge University Press.
- Sopory, P., & Dillard, J. (2002). The persuasive effects of metaphor: A meta-analysis. *Human Communication Research*, 28(3), 382–419. doi:10.1111/j.1468-2958.2002.tb00813.x
- Spina, M., Arndt, J, Landau, M. J., & Cameron L. D. (2018). Enhancing health message framing with metaphor and cultural values: Impact on latin@s' cervical cancer screening. *The Society of Behavioral Medicine*, 52(2), 106–115. doi: 10.1093/abm/kax009
- Stock, M. (2007). It only takes once: Influence of sexual risk status, social comparison, and a public service announcement on absent-exempt cognitions. (*Unpublished doctoral dissertation*). Univerisity of Iowa, Ames, IA.
- Van Stee, S. (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.
- Weiss, M. (1997). Signifying the pandemics: Metaphors of AIDS, cancer, and heart disease. *Medical Anthropology Quarterly*, 11(4) 456–476. doi:10.1525/maq.1997.11.4.456
- Witte, K. (1992). The role of threat and efficacy in AIDS prevention. *International Quarterly of Community Health Education*, 12, 225–249. doi:10.2190/U43P-9QLX-HJ5P-U2J5

Huisartsenpraktijk Nijmegen



Seks hebben zonder condoom is net als het moedwillig vervuilen van je lichaam

Soa's zijn seksueel overdraagbare aandoeningen. Het zijn besmettelijke ziekten (infecties) die worden veroorzaakt door virussen en bacteriën. Ze worden tijdens (onveilige) seks van partner op partner overgedragen.

Het is belangrijk om altijd een condoom te gebruiken als je seks hebt. Seks hebben zonder condoom is net als het moedwillig vervuilen van je lichaam. Door één keer onveilige seks te hebben, loop je al het risico om besmet te raken.

Sommige soa's hebben ernstige gevolgen als ze niet op tijd worden ontdekt en behandeld. Ze kunnen zelfs leiden tot onvruchtbaarheid.

Gelukkig kun je een soa makkelijk voorkomen door een condoom te gebruiken. Met een condoom hou je je lichaam schoon en zorg je dat je beschermd bent tegen het gevaar van een soa.

Huisartsenpraktijk Nijmegen



Seks hebben zonder condoom is net als bungeejumpen zonder touw

Soa's zijn seksueel overdraagbare aandoeningen. Het zijn besmettelijke ziekten (infecties) die worden veroorzaakt door virussen en bacteriën. Ze worden tijdens (onveilige) seks van partner op partner overgedragen.

Het is belangrijk om altijd een condoom te gebruiken als je seks hebt. Seks hebben zonder condoom is net als bungeejumpen zonder touw. Door één keer onveilige seks te hebben, loop je al het risico om besmet te raken.

Sommige soa's hebben ernstige gevolgen als ze niet op tijd worden ontdekt en behandeld. Ze kunnen zelfs leiden tot onvruchtbaarheid.

Gelukkig kun je een soa makkelijk voorkomen door een condoom te gebruiken. Met een condoom stel je jezelf veilig en zorg je dat je beschermd bent tegen het gevaar van een soa.

Bijlage 3: vragenlijst

1. Introductie

Beste deelnemer,

Bedankt dat je wilt deelnemen aan dit onderzoek voor mijn masterscriptie. Het invullen van deze vragenlijst kost ongeveer 10 minuten. Je deelname is vrijwillig en je kunt op elk moment, zonder opgaaf van reden, besluiten om te stoppen.

Dit onderzoek bestaat uit twee delen. In het eerste deel krijg je een aantal stellingen over verschillende onderwerpen, waarvan je moet aangeven in hoeverre je het hiermee eens bent. In deel 2 krijg je een stuk uit een voorlichtingsfolder te lezen dat gaat over soa's en het gebruik van condooms. Na het lezen van deze folder worden er enkele vragen gesteld over je mening en gedrag met betrekking tot condoomgebruik. Dit onderzoek is geheel anoniem en de gegevens zijn niet naar jou terug te herleiden.

Als iets niet duidelijk is, of als je meer informatie wilt kun je mij altijd mailen op dominique.paulissen@student.ru.nl. Klik op "ik wil meedoen aan dit onderzoek" om je deelname te starten.

- ☐ Ik wil meedoen aan dit onderzoek
- ☐ Ik wil niet meedoen aan dit onderzoek

2. Demografische gegevens

Hier volgen enkele vragen over jezelf

Wat is je geslacht?

- ☐ Man
- ☐ Vrouw
- ☐ Anders



Wat is je leeftijd?

Wat is je hoogst genoten opleiding?

- ☐ VMBO
 - ☐ HAVO
 - ☐ VWO
 - ☐ MBO
 - ☐ HBO
 - ☐ WO
-

Heb je op dit moment een vaste relatie?

- ☐ Ja
 - ☐ Nee
-

Heb je minstens 1x in je leven geslachtsgemeenschap gehad?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Hierna volgt een aantal stellingen over verschillende onderwerpen. Het is de bedoeling dat je per stelling aangeeft in hoeverre je het met de stelling eens bent. Klik op het pijltje rechtsonder om door te gaan.

3. Interesse & eigen effectiviteit extreme sporten

De volgende stellingen gaan over extreme sporten (zoals parachutespringen, bungeejumpen etc.) Geef per stelling aan in hoeverre je het met hiermee eens bent.

Ik heb affiniteit met extreme sporten

	1 (1)	(2)	(3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	
Zeer mee oneens	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Zeer mee eens

Ik vind het plezierig om een extreme sport te beoefenen

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	
Zeer mee oneens	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Zeer mee eens

Ik zou graag een extreme sport beoefenen

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	
Zeer mee oneens	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Zeer mee eens

Ik ben er zeker van dat ik een extreme sport kan beoefenen

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	
Onwaar	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Waar

Of ik een extreme sport kan beoefenen heb ik volledig in eigen hand

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	
Zeer mee oneens	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Zeer mee eens

Als ik dat echt wil, kan ik een extreme sport beoefenen

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

Er staat mij niets in de weg om een extreme sport te beoefenen

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	
Ze er mee oneens	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Ze er mee eens

4. Interesse & eigen effectiviteit hygiëne

De volgende stellingen gaan over hygiëne. Geef per stelling aan in hoeverre je het hiermee eens bent.

Ik vind het belangrijk dat ik elke dag schoon en verzorgd ben

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	
Ze er mee oneens	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Ze er mee eens

Ik vind het belangrijk dat mijn kamer schoon en opgeruimd is

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	
Ze er mee oneens	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Ze er mee eens

Ik vind het belangrijk dat mijn keuken schoon en netjes is

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	
Ze er mee oneens	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Ze er mee eens

Ik ben er zeker van dat ik hygiënisch kan leven

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	
Onwaar	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Waar

Of ik hygiënisch kan leven heb ik volledig in eigen hand

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	
Zeer mee oneens	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Zeer mee eens

Als ik dat echt wil, kan ik hygiënisch leven

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

Er staat mij niets in de weg om hygiënisch te leven

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	
Zeer mee oneens	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Zeer mee eens

5. Interesse & eigen effectiviteit anderhalvemetermaatregel

De volgende stellingen gaan over het houden van anderhalve meter afstand als gevolg van de corona pandemie. Geef per stelling aan in hoeverre je het hiermee eens bent.

Ik vind het belangrijk om altijd anderhalve meter afstand te houden van anderen

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	
Ze er mee oneens	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Ze er mee eens

Als ik anderhalve meter afstand hou van anderen geeft dat me een goed gevoel

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	
Ze er mee oneens	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Ze er mee eens

Ik vind het geen probleem om altijd anderhalve meter afstand te houden van anderen

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	
Ze er mee oneens	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Ze er mee eens

Ik ben er zeker van dat ik anderhalve meter afstand kan houden van anderen

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	
Onwaar	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Waar

Of ik anderhalve meter afstand kan houden van anderen heb ik volledig in eigen hand

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	
Ze er mee oneens	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Ze er mee eens

Als ik dat echt wil, kan ik anderhalve meter afstand houden van anderen

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

Er staat mij niets in de weg om anderhalve meter afstand te houden van anderen

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	
Zeer mee oneens	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Zeer mee eens

6. Materiaal

Hieronder zie je een voorlichtingsfolder van een fictieve huisartsenpraktijk. Lees deze aandachtig door. Je kunt de folder zolang bekijken als je wilt. Om door te gaan naar de vragenlijst klik je op het pijltje rechtsonder. Als je verdergaat kun je deze folder niet nogmaals bekijken.

(Materiaal: semantisch verband (zie Bijlage 1)/geen semantisch verband (zie Bijlage 2))

7. Attitude condoomgebruik

Als ik voortaan een condoom gebruik tijdens de seks, dan is dat

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	
Slecht	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Goed
Onplezierig	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Plezierig
Schadelijk	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Voordelig
Vervelend	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Interessant
Onverstandig	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Verstandig

8. Eigen effectiviteit condoomgebruik

Ik ben er zeker van dat ik voortaan een condoom kan gebruiken tijdens de seks

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	
Onwaar	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Waar

Of ik voortaan een condoom ga gebruiken tijdens de seks heb ik volledig in eigen hand

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	
Ze er mee oneens	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Ze er mee eens

Als ik dat echt wil, kan ik voortaan condooms gebruiken

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

Er staat mij niets in de weg om voortaan een condoom te gebruiken tijdens de seks

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	
Ze er mee oneens	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Ze er mee eens

9. Intentie condoomgebruik

Ik ben van plan om voortaan een condoom te gebruiken tijdens de seks

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

Ik zal voortaan een condoom gebruiken tijdens de seks

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

Ik ben bereid om voortaan een condoom te gebruiken

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	
Onwaar	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Waar

Ik ga voortaan een condoom gebruiken

	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	
Zeer mee oneens	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Zeer mee eens