
Het effect van perspectief in narratieven op identificatie en overtuiging.

The effect of perspective in narratives on identification and persuasion.

T. M. in 't Veld

s4355288

Email: tibbe_veld@hotmail.com

Telefoon: 06 3393 62 75

Radboud Universiteit Nijmegen

Bachelorscriptie

02-02-2018

A. M. de Graaf

Abstract

Dit onderzoek tracht de invloed van perspectief op identificatie en overtuiging in kaart te brengen. Een dergelijke invloed zou meer inzicht kunnen bieden in het effectief inzetten van narratieven in de persuasieve (gezondheids-)communicatie. Het onderzoek is opgezet als experiment. Ieder van de 128 respondenten kreeg één van de vier tekstversies over gezond eten, uitsluitend verschillend in vertelperspectief, te zien. Vervolgens vulde zij de bijbehorende vragenlijst in. Hieruit bleek dat er geen significant effect van vertelperspectief was op de identificatie noch op de overtuiging ten opzichte van gezond eten. Ter controle werd ook transportatie gemeten. Ook transportatie bleek geen significant effect te hebben op de overtuiging. Naast deze effecten is er gekeken naar de man-vrouwverschillen in identificatie. Hieruit bleek dat mannen zich niet meer identificeerden met mannen en vrouwen zich niet eerder identificeerde met vrouwen. Wel is er een positief verband tussen gelijkenis en identificatie gevonden. Een hogere gelijkenis leidt tot een hogere mate van identificatie. Dit is in lijn met eerder onderzoek van bijvoorbeeld Cohen (2001). Doordat er in eerdere studies wel effecten van perspectief op identificatie en overtuiging zijn gevonden is het belangrijk om verder onderzoek naar het effect van perspectief op identificatie en overtuiging uit te voeren.

Inhoudsopgave	Pagina nr.
INLEIDING	Pagina 4
Overtuigingskracht van narratieven	Pagina 5
Vertelperspectieven in narratieven	Pagina 5
Opgaan in het verhaal en de personages	Pagina 6
<i>Similarity</i>	Pagina 7
Relevantie	Pagina 8
Onderzoeksvraag en hypothesen	Pagina 9
METHODE	Pagina 11
Materiaal	Pagina 11
Proefpersonen	Pagina 12
Onderzoeksontwerp	Pagina 12
Instrumentatie	Pagina 13
Procedure	Pagina 14
Analysemodel	Pagina 15
Statistische toetsing	Pagina 15
RESULTATEN	Pagina 16
Controlevariabele	Pagina 16
Perspectief en overtuiging	Pagina 17
Perspectief en identificatie	Pagina 18
CONCLUSIE EN DISCUSSIE	Pagina 20
Beperkingen van het onderzoek	Pagina 21
Vervolgonderzoek	Pagina 22
LITERATUUR	Pagina 24
Bijlage 1. Persoonlijke voornaamwoorden ingedeeld per perspectief	Pagina 27
Bijlage 2. De tekstversies verschillend op perspectief	Pagina 28
Bijlage 3. Vragenlijst behorende bij het experiment zoals opgesteld in Qualtrics.	Pagina 35

Inleiding

Gezondheidscommunicatie wordt veelvuldig ingezet om mensen gezonder of veiliger te laten leven (bijv. Moyer-Gusé & Nabi, 2010) en mensen te informeren over risico's of behandelingen (bijv. Nan, Dahlstrom, Richards & Rangarajan, 2015). Vroeger werkte de gezondheidscommunicatie voornamelijk met statistieken, waarbij voor de overtuigingskracht op het gezonde verstand van de ontvanger werd gerekend. Tegenwoordig wordt er steeds meer gebruik gemaakt van verhalen. Zowel audiovisuele verhalen als geschreven teksten worden ingezet in de gezondheidscommunicatie. Verhalen, ook wel narratieven genoemd, kunnen de lezer of kijker op een subtiele manier voorbeelden geven van gezond of ongezond gedrag en de consequenties hiervan (Boeijinga, Joling, Hoeken & Sanders, 2013). Middels het juist inzetten van narratieven kunnen mensen worden beïnvloed om gezonder gedrag te vertonen.

Volgens Boeijinga, et al. (2013) heeft het gebruik van narratieven als voordeel dat zij door de doelgroep als interessanter worden ervaren dan traditionele voorlichting. Narratieven maken meer gebruik van *entertainment* dan *education* (Green, 2006). De entertainende waarde zorgt er ook voor dat ontvangers het ook leuk vinden om de narratieven te lezen of te bekijken, waardoor de aandacht van de ontvanger beter kan worden getrokken en vastgehouden. Daarnaast zijn verhalen effectief in het vergemakkelijken van informatieverwerking, waardoor de boodschap toegankelijker wordt voor een groter en breder publiek (Boeijinga, et al., 2013).

De overtuigingskracht van narratieven in de gezondheidscommunicatie kan nog erg verschillen. Wetenschappelijk onderzoek tracht al jaren te achterhalen waardoor de effectiviteit van narratieven wordt beïnvloed. Het huidige onderzoek zal zich toeleveren op de invloed van het perspectief van het hoofdpersonage in narratieven. Hierbij wordt gekeken naar het effect van perspectief op zowel overtuigingskracht als identificatie met het hoofdpersonage. Veel onderzoeken naar perspectiefgebruik in narratieven kijken uitsluitend naar de verschillen tussen de eerste en de derde persoon. Over het tweede-persoonsperspectief is momenteel nog beduidend minder onderzoek te vinden. Ook de Graaf, et al. (2016) geven aan dat onderzoek naar voornamelijk de verschillen tussen eerste- en tweede-persoonsperspectieven in narratieve gezondheidscommunicatie nog ontbreekt. Het huidige onderzoek zal middels een experiment trachten een effect van perspectief op

gedragsintentie vast te stellen om een beter beeld van de invloed van perspectief vast te kunnen stellen.

Overtuigingskracht van narratieven

Kenmerkend aan het gebruik van narratieven in de gezondheidscommunicatie is dat het op een subtiele manier de ontvanger beïnvloedt. De persuasieve boodschap is namelijk veelal impliciet weergegeven. Het gebruik van een impliciete boodschap kan ervoor zorgen dat de ontvanger minder tegenargumenten vormt (bijv. Moyer-Gusé, Jain, & Chung, 2012; Slater & Rouner, 2002). Een impliciete boodschap zorgt ervoor dat mensen het narratief niet snel als overtuigend zullen ervaren en doordat de ontvanger minder tegenargumenten vormt zal deze sneller worden overtuigd. Zo vonden Moyer-Gusé en Nabi (2010) dat nieuwsberichten over tienerzwangerschappen minder effectief waren om tieners veiliger te laten vrijen dan een narratief drama over het zelfde onderwerp. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat dit kwam doordat de nieuwsberichten een veel explicietere boodschap bevatte dan het narratieve drama.

Het gebruik van een impliciete boodschap heeft ook nadelen. Wanneer gebruik wordt gemaakt van een impliciete boodschap is de lezer vrijer om een uiting zelf te interpreteren, waardoor misinterpretatie van de onderliggende boodschap mogelijk wordt (Singhal & Rogers, 2001). Dit zou er toe kunnen leiden dat het narratief wel overtuigend is, maar niet op de manier die de zender beoogd had.

Naast het gebruik van een impliciete boodschap zorgen narratieven ook voor rolmodellen voor gedragsverandering. Deze rolmodellen geven de ontvanger een idee over hoe het getoonde gedrag daadwerkelijk tot positieve of negatieve uitkomsten kan leiden (Green, 2006). Green (2006) noemt ook dat dit effectief is in onbekende, moeilijke of angstopwekkende situaties. Zo kan het kijken of lezen van een narratief over iemand die bang is voor de gevolgen van kanker kankerpatiënten helpen een voorstelling te maken van deze gevolgen. Daarnaast geeft het lezen of kijken van een dergelijk narratief het gevoel dat je niet de enige bent die deze angsten ervaart.

Vertelperspectieven in narratieven

Om verschillen in overtuigingskracht te toetsen zal het huidige onderzoek zich toeleveren op perspectieven in narratieven. Bal (in: Amerika, 2017) definieert vertelperspectief als volgt:

“Perspective as a text characteristic refers to the physical and psychological point of perception which is presented in a story”. Er zijn verschillende vertelperspectieven te onderscheiden. Deze verschillende perspectieven zijn het ik-perspectief (eerste persoon) waarin het verhaal verteld wordt vanuit het hoofdpersonage zelf, het jij-perspectief (tweede persoon) waarin het verhaal direct de ontvanger aanspreekt, en het hij/zij-perspectief (derde persoon) waarin het verhaal wordt verteld vanuit een derde persoon, niet de hoofdpersoon of de lezer zelf. Binnen de derde persoon kan onderscheid gemaakt worden in mannelijk – hij – en vrouwelijk – zij –. Een overzicht van de bijbehorende persoonlijkvoornaamwoorden zijn in bijlage 1 opgenomen.

De Graaf, et al. (2016) vonden dat het eerste-persoonsperspectief veelbelovend is voor de overtuigingskracht van de boodschap in het narratief. Zo keken de Graaf, Hoeken, Sanders en Beentjes (2012) naar een tekst over euthanasie en vonden zij dat de respondenten zich eerder identificeerden wanneer er vanuit het eerste-persoonsperspectief werd geschreven, dan wanneer er vanuit een ander perspectief werd geschreven. Ook Nan, et al. (2015) vonden dat narratieven over gezondheidscommunicatie die geschreven zijn vanuit de eerste persoon meer invloed hebben op de risicoperceptie van een ziekte dan de narratieven in de derde persoon. Houska (2010) vond in een vergelijking van tweede- en derde-persoonsperspectieven dat het tweede-persoonsperspectief een groter effect had op het gedrag van de respondenten. Perspectief blijkt hier van invloed te zijn op de overtuigingskracht. Een factor die dit mogelijk kan versterken is het opgaan in het verhaal of de personages.

Opgaan in het verhaal en de personages

Sommige verhalen laten ons onze omgeving even vergeten en zorgen ervoor dat de lezer of kijker zich inleeft in het verhaal. Bij het inleven in een verhaal zijn twee belangrijke begrippen te onderscheiden, namelijk; transportatie (Green, 2006) en identificatie (bijv. Cohen, 2001; Slater & Rouner, 2002). Transportatie richt zich op de verplaatsing in de wereld die wordt geschetst in een narratief (Green, 2006), identificatie focust zich op de verplaatsing in de karakters binnen deze wereld waarbij de lezer, kijker of luisteraar de gebeurtenissen ervaart zijnde een personage uit het narratief (Cohen, 2001). Cohen (2001) ziet identificatie ook als een handige overtuigingstechniek omdat het de ontvanger stimuleert om zich in een ander te verplaatsen. Dit betekent dat de ontvanger opgaat in iemand anders' perspectief. Het huidige onderzoek verwacht ook dat inleving in het hoofdpersonage

beïnvloed kan worden door het vertelperspectief en zal trachten een eventueel effect te vinden van perspectief op identificatie.

Het idee dat mensen gedrag overnemen van (rol)modellen komt uit de *Social Cognitive Theory* van Bandura (in: Andsager, Bemker, Choi & Torwell, 2006). Deze theorie beweert dat mensen van media uitingen leren door zich te identificeren met karakters in de uiting. Identificatie kan er dus voor zorgen dat de lezer of kijker van het narratief de standpunten van de personages in het verhaal eerder zal overnemen, dan wanneer er geen identificatie aanwezig is (Cohen, 2001).

Volgens Oatley (1999) zal het eerste-persoonsperspectief meer identificatie uitlokken, omdat deze de lezer of kijker uitnodigt zich te identificeren met het hoofdpersonage. Het derde-persoonsperspectief zet de lezer of kijker juist neer als toeschouwer, waardoor identificatie minder wordt gestimuleerd, terwijl de transportatie niet hoeft af te nemen. Houska (2010) vond dat het gebruik van het tweede-persoonsperspectief tot vorming van tegenargumenten kan leiden wanneer de lezer of kijker gelijkenissen vindt met diens eigen ervaringen. Dit kan leiden tot een schuldgevoel of ongemakkelijkheid en de lezer of kijker kan zich beginnen af te vragen waarom dit narratief uitgerekend aan hen is voorgelegd. Dit kan mogelijk ook identificatie en de overtuigingskracht verminderen. Gezien het tweede persoonsperspectief nog erg weinig onderzocht is, is verder onderzoek naar het tweede-persoonsperspectief van belang.

Similarity

Het inleven in een personage uit een narratief kan worden versterkt door gelijkenissen met de ontvanger (Murphy, Frank, Chatterjee, & Baezconde-Garbanati, 2013). Dit wordt doorgaans *similarity* genoemd (bijv. Cohen 2001). Ook volgens Woolley (2012) leidt *similarity* in een narratief tot meer identificatie.

Hoffner en Buchanan (2005) vonden dat *similarity* ook kan leiden tot het verlangen om net als de ander te zijn op andere gebieden. Dit geldt vooral wanneer het gaat om gebieden die als belonend of goed worden ervaren. Daarnaast vonden zij dat mannen zich meer identificeren met mannelijke personages die als succesvol, intelligent en gewelddadig worden gezien. Vrouwen konden zich meer identificeren met vrouwelijke personages die als succesvol, intelligent, mooi en bewonderd werden gezien. Volgens Bandura (in: Murphy et al., 2013) werken voorbeelden van gewenst gedrag ook beter wanneer deze worden

uitgevoerd door mensen die waargenomen overeenkomsten met de ontvanger vertonen. Murphy et al.(2013) zien sekse, maar ook leeftijd en etniciteit als de belangrijkste indicatoren van *similarity*. Gezien er binnen het derde-persoonsperspectief onderscheid gemaakt kan worden tussen het hij-zij perspectief is het mogelijk dat dit de *similarity* beïnvloedt, hetgeen effect zou kunnen hebben op de identificatie. Hoffner & Buchanan (2005) ondersteunen dit en vonden al dat er verschillen in karakteristieken voor mannen en vrouwen bevorderlijk werken voor de identificatie. Ook Houska (2010) heeft onderzocht hoe gender de identificatie kan beïnvloeden. Doormiddel van drie narratieven met verschillende thema's, een niet gendergebonden thema, een mannelijk en een vrouwelijk thema, is de identificatie getest. Houska's bevindingen suggereren dat mannen identificatie kunnen vertonen met vrouwelijke karakters zolang het narratief niet een te vrouwelijk thema heeft. Daarnaast vertonen vrouwen meer identificatie in neutrale en vrouwelijke narratieven dan in erg mannelijke verhalen. Het huidige onderzoek zal *similarity* meten om te kijken of dit, zoals in de theorie gesteld, samenhangt met identificatie.

Relevantie

Het huidige onderzoek zal meer inzicht bieden in het gebruik van narratieven in gezondheidscommunicatie. De onderzoekers hopen het gebruik van narratieven beter te kunnen begrijpen waardoor narratieven beter kunnen worden ingezet om gezondheidsboodschappen over te brengen. Dit inzicht kan helpen om vele mensen een stap dichterbij een gezonder leven te brengen, doordat er advies uitgebracht kan worden over het gebruik van narratieven om het optimale effect te bereiken.

Er is nog niet voldoende onderzoek gedaan naar identificatie in combinatie met verschillende perspectieven. Voornamelijk onderzoek naar het perspectief van de tweede persoon in narratieven blijkt te ontbreken. Volgens Houksa (2010) komt dit doordat het tweede-persoonsperspectief ook minder voorkomt in narratieven. Dit is echter geen reden om het perspectief uit te sluiten van wetenschappelijk onderzoek. Onderzoek naar narratieven in de gezondheidscommunicatie is namelijk nog een vakgebied waar veel tegenstrijdige resultaten worden gevonden (zie: de Graaf, Sanders & Hoeken, 2016). Daarom is dit onderzoek ook nodig om te trachten inzichten en verklaringen kunnen bieden voor deze tegenstrijdigheden.

Onderzoeksvraag en hypothesen

Eerder onderzoek heeft uitgewezen dat er nog tegenstrijdige resultaten zijn binnen het onderzoek naar narratieven in de gezondheidscommunicatie (bijv. de Graaf et al. 2016). Over het algemeen wordt het eerste-persoonsperspectief als wenselijk beschouwd voor de overtuigingskracht van een narratief. Echter is het effect van perspectief op het tweede-persoonsperspectief nauwelijks onderzocht. Daarnaast is er nog niet voldoende onderzoek naar het rol van identificatie in dergelijke effecten van perspectief. Daarom is de onderstaande onderzoeksvraag geformuleerd.

Wat is het effect van perspectief in narratieven op identificatie met het hoofdpersoon en overtuiging?

Voor het onderzoek is ook een vijftal hypothesen opgesteld op basis van de gevonden literatuur in het Theoretisch kader.

De Graaf, Hoeken en Sanders (2016) vonden dat teksten geschreven vanuit de eerste persoon meer persuasieve effectiviteit hadden dan teksten vanuit de derde persoon. Houska (2010) vond daarnaast dat teksten geschreven vanuit de tweede persoon meer persuasieve effectiviteit hadden dan teksten vanuit de derde persoon. Het huidige onderzoek verwacht soortgelijke effecten te constateren. Het huidige onderzoek zal daarom kijken naar een eventueel effect van perspectief op de overtuigingskracht en de rol die identificatie hier eventueel in speelt. Hiervoor zijn de onderstaande hypothesen opgesteld.

H1. Het narratief geschreven vanuit de eerste persoon zal meer effect hebben op de gedragsintentie dan de narratieven geschreven vanuit de derde persoon.

H2. Het narratief geschreven vanuit de eerste persoon zal meer effect hebben op de gedragsintentie dan de narratieven geschreven vanuit de tweede persoon.

H3. Het narratief geschreven vanuit de tweede persoon zal meer effect hebben op de gedragsintentie dan de narratieven geschreven vanuit de derde persoon.

Identificatie wordt volgens eerder onderzoek (bijv. Woolley, 2012) versterkt wanneer de respondenten meer gelijkenissen vertonen met de personages beschreven in het narratief. Het is daarom ook dat het huidige onderzoek verwacht een verband te vinden tussen gelijkenis en identificatie.

H4. Er zal een positief verband bestaan tussen gelijkenis en identificatie. Naarmate de gelijkenis groter is zal er meer identificatie optreden.

Eerder onderzoek (bijv. Hoffner & Buchanan, 2005; Houska, 2010) suggereert een mogelijk effect van geslacht op de identificatie. Het huidige onderzoek zal daarom testen of het geslacht van de hoofdpersoon in het narratief van invloed is op de mate van identificatie bij mannen en vrouwen. Hiervoor zijn de onderstaande hypothesen opgesteld.

H5. Het narratief geschreven vanuit de derde persoon mannelijk zullen meer identificatie opleveren bij mannen dan bij vrouwen.

H6. Het narratief geschreven vanuit de derde persoon vrouwelijk zullen meer identificatie opleveren bij vrouwen dan bij mannen.

Methode

Materiaal

Om de onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden is er gebruik gemaakt van een narratieve tekst. Dit narratief is geschreven door de onderzoekers en zal bestaan uit vier versies die allen verschillen in perspectief. De eerste versie werd geschreven vanuit het ik-perspectief, de tweede versie vanuit het jij-perspectief, de derde versie vanuit een zij-perspectief en de laatste versie vanuit een hij-perspectief. Een tabel met alle persoonlijke voornaamwoorden van de verschillende perspectieven is opgenomen in bijlage 1. Op basis van deze tabel zijn de verschillende versies opgesteld. Buiten de verschillen in perspectief zijn alle versies van de tekst hetzelfde gelaten.

Het thema van dit verhaal is gezond eten. Het verhaal gaat erover dat het hoofdpersoonage besluit een challenge te creëren om gezonder te gaan eten. Dit idee is tot stand gekomen door de realisatie dat het hoofdpersoonage ongezond at en opmerkte dat de vrienden van het hoofdpersoonage steeds gezonder zijn gaan eten. Het uitdagingelement van de challenge en het instellen van een compensatiedag, waarin wel ongezond gegeten mocht worden, heeft ertoe geleid dat de overstap van ongezond naar gezond eten op een prettige en gemakkelijke wijze verliep voor het hoofdpersoonage. Vervolgens worden de positieve effecten van het gezonde gedrag uitgelicht. Het hoofdpersoonage gaf tot slot aan het gezonde eten door te zetten.

Bij het schrijven van het narratief is rekening gehouden met een duidelijke begin-, midden- en eindstructuur om aan de definitie van narratieven, zoals gegeven door Hinyard en Kreuter (2007), te voldoen. Daarnaast is er om dezelfde reden informatie geboden over de achtergrond, personages en een conflict in het narratief. Om de identificatie met het hoofdpersoonage te vergroten is het hoofdpersoonage in het narratief een student. Gezien in het onderzoek uitsluitend studenten werden opgenomen in de onderzoeksresultaten is enige *similarity* met de ontvanger al gegarandeerd.

Volgens Andsager, Bemker, Choi en Torwel (2006) is er een aantal factoren die de waargenomen *similarity* bij studenten lijken te bepalen, deze factoren zijn: plezier (*fun*), volwassenheid (*maturity*) en intelligentie (*intelligence*). De studenten in het onderzoek gaven aan deze factoren als gelijkenissen met henzelf en vrienden te zien. Bij het schrijven van de tekst is ook rekening gehouden worden met deze factoren. Plezier is opgenomen doormiddel

van het betrekken van de vrienden van het hoofdpersonage. Daarnaast is het gezonde gedrag als *challenge* weergegeven en zijn de positieve (plezierige) effecten van het gedrag uitgelicht. De volwassenheid kwam terug in de overgang van ongezond naar gezond eten. Zo wordt ook impliciet benoemd dat ongezond eten meer bij de jongere dan oudere studenten hoort. Naarmate studenten ouder worden, zouden zij dus gezonder gaan eten. Intelligentie is ook betrokken in het narratief doordat wetenschappelijk onderzoek wordt aangehaald en onnodige uitleggen werden vermeden. In bijlage 2 zijn de tekstversies van het onderzoek opgenomen.

Proefpersonen

In totaal telde het onderzoek 142 respondenten. 14 van de respondenten bleken echter geen student te zijn en zijn vervolgens uit de dataset weggelaten. Hierdoor bleven er 128 studentrespondenten over. De respondenten waren studenten tussen de 18 en 28 jaar ($M = 21.88$, $SD = 1.663$). Van de respondenten waren 58 (45.3%) man en 70 (54.7%) vrouw. Van de respondenten bleken 101 (78.9%) studenten uitwonend te zijn en 27 (21.1%) woonden nog thuis. 116 (90.6%) van de respondenten bleken een Nederlandse nationaliteit te bezitten en tien (7.8%) respondenten een Duitse nationaliteit. De overige twee (1.6%) hadden een dubbele nationaliteit, de een Nederlands-Brits en de ander Nederlands-Duits. Er is gekeken naar de verdeling van geslacht en woonsituatie over de verschillende condities met behulp van een Pearson Chi-kwadraattoets.

Uit de χ^2 -toets tussen Geslacht en Perspectief bleek geen verband te bestaan ($\chi^2 (3) = .60$, $p = .896$). Uit de χ^2 -toets tussen Woonsituatie en Perspectief bleek geen verband te bestaan ($\chi^2 (3) = 1.97$, $p = .579$). De spreiding van zowel geslacht als woonsituatie over de vier perspectieven bleek niet evenredig verdeeld te zijn.

Onderzoeksontwerp

Voor het onderzoek is gekozen voor een tussenproefpersoonontwerp, de proefpersonen kregen dus slechts één enkele van de vier conditie voorgelegd. Zoals eerder genoemd verschilden de condities enkel en alleen in vertelperspectief. De eerste conditie betrof het narratief geschreven vanuit het eerste-persoonsperspectief, de tweede conditie betrof het narratief geschreven vanuit het tweede-persoonsperspectief, de derde conditie was geschreven vanuit het derde-persoonsperspectief waarin de hoofdpersoon mannelijk was en de vierde conditie was geschreven vanuit het derde-persoonsperspectief en was de

hoofdpersoon vrouwelijk. De verschillende versies van het narratief zijn opgenomen in bijlage 2. De respondenten waren random verdeeld worden over de verschillende condities. Er is geen gebruik gemaakt van een controlegroep.

Instrumentatie

Na het lezen van de tekst hebben de respondenten een vragenlijst ingevuld om de identificatie met het hoofdpersoonage en de overtuiging te kunnen meten. De vragenlijst was bij iedere tekstversie hetzelfde. De vragen waren gemeten op een zevenpunts Likert-schaal variërend van *Zeer zwakke mate* (1) tot *Zeer sterke mate* (7) en gebaseerd op onderzoek van Cohen (2001) en de Graaf (2014). De vragenlijst in zijn geheel is opgenomen in bijlage 3. Identificatie is te beschrijven als het inleven in een persoon in een narratief, waardoor de lezer de gebeurtenissen ervaart zoals dat personage uit het narratief het zou ervaren (Cohen, 2001). Door in de vragenlijst stellingen op te nemen als: “Ik heb meegeleefd met de hoofdpersoon: helemaal mee oneens (1) – helemaal mee eens (7)” en “In mijn verbeelding was het alsof ik de hoofdpersoon was: helemaal mee oneens (1) – helemaal mee eens (7)”, trachtte het onderzoek deze variabele te kunnen meten.

Similarity is de gelijkenis van het hoofdpersoonage met de lezer, deze variabele werd gemeten aan de hand van stellingen als: “De hoofdpersoon lijkt op mij: helemaal mee oneens (1) – helemaal mee eens (7)” en “De hoofdpersoon heeft dezelfde interesses als ik: helemaal mee oneens (1) – helemaal mee eens (7)”.

Om de overtuigingskracht te meten is gekeken naar de determinanten van beredeneerd gedrag (Hoeken, Hornikx en Hustinx, 2009), hieruit bleek dat gedrag afhankelijk is van twee determinanten waarop de vragenlijst zich heeft toegespitst. Deze zijn: attitude en gedragsintentie. Aan de hand van deze twee determinanten van beredeneerd gedrag werd overtuiging gemeten. Bij het meten van deze variabelen zijn zowel vragen gesteld over de attitude en gedragsintentie ten opzichte van het eten van zowel groente als fruit. In de statistische analyses zijn de scores op groente en fruit samengevoegd. Het gezonde gedrag is gebaseerd op het eten van 250 gram groenten en 200 gram fruit. Het huidige onderzoek trachtte attitude ten opzichte van gezond gedrag in kaart te brengen aan de hand van stellingen als: “Als ik de komende drie maanden 250 gram groenten per dag ga eten, dan is dat: slecht (1) - goed (7)” en “Als ik de komende drie maanden 200 gram fruit per dag ga eten, dan is dat: onverstandig (1) - verstandig (7)”. Gedragsintentie werd gemeten aan de

hand van stellingen als: “Ik ga de komende drie maanden 250 gram groenten per dag eten: Zeer mee oneens (1) - Zeer mee eens (7)” en “Ik zal de komende drie maanden 200 gram fruit per dag eten: onwaarschijnlijk (1) - waarschijnlijk (7)”

Ter controle werd de variabele Transportatie toegevoegd aan de vragenlijst. Hiermee is getracht te toetsen of eventueel gevonden effecten wel aan identificatie toe te wijzen zijn en niet aan transportatie. Transportatie werd gemeten aan de hand van stellingen als: “Ik vond het verhaal aangrijpend: zeer mee oneens (1) – zeer mee eens (7)” en “Tijdens het lezen werd mijn aandacht helemaal in beslag genomen door het verhaal: zeer mee oneens (1) - zeer mee eens (7)”. Tot slot werden de proefpersonen gevraagd naar hun persoonlijke gegevens. Er is gevraagd naar het geslacht, de leeftijd, het opleidingsniveau en de moedertaal van de proefpersonen.

De betrouwbaarheid van Gedragsintentie ten opzichte van de gelezen tekst bestaande uit acht items was goed: $\alpha = .91$. De betrouwbaarheid van Attitude ten opzichte van de gelezen tekst bestaande uit tien items was goed: $\alpha = .93$. De betrouwbaarheid van Transportatie ten opzichte van de gelezen tekst bestaande uit negen items was goed: $\alpha = .89$. De betrouwbaarheid van Identificatie ten opzichte van de gelezen tekst bestaande uit negen items was goed: $\alpha = .92$. De betrouwbaarheid van Gelijkenis met de ontvanger ten opzichte van de gelezen tekst bestaande uit vijf items was goed: $\alpha = .91$.

Procedure

De studentonderzoekers uit de scriptiewerkgroep, bestaande uit zes personen, verzamelden ieder een minimum van twintig respondenten. Dit werd gedaan doormiddel van het verspreiden van een link naar de online vragenlijst via Qualtrics. Er stond geen beloning tegenover het invullen van de vragenlijst. Instructies voor het invullen van de vragenlijst werden via Qualtrics verstrekt om een eventueel proefleidereffect te voorkomen. Alvorens het invullen van de vragenlijst kregen de respondenten een narratieve tekst voorgelegd, die geschreven is vanuit een van de vier perspectieven. De verdeling van de proefpersonen over de condities verliep willekeurig via Qualtrics. Gemiddeld deden de respondenten 63 minuten over het lezen van het narratief en het invullen van de vragenlijst. Dit komt voornamelijk door een aantal extreme uitschieters qua tijd. Vermoedelijk zijn deze respondenten tussendoor met andere dingen bezig geweest of hebben deze respondenten de vragenlijst op

een later tijdstip afgemaakt. Indien de grootste uitschieter is weggelaten komt de gemiddelde duur uit op 30 minuten. Doormiddel van een boxplot van de tijdsduur van het lezen van het narratief en het invullen van de vragenlijst in seconden zijn twaalf uitschieters geïdentificeerd. Dit is op basis van een betrouwbaarheidsinterval van 95%. Indien deze allen worden weggelaten zal de gemiddelde duur van het invullen van de vragenlijst op 502 seconden, ongeveer acht minuten, uitkomen.

Analysemodel

In het analysemodel zijn de variabelen van het onderzoek schematisch weergegeven, zie afbeelding 1. Aan de linkerkant van het analysemodel staat perspectieven. Deze variabele is onder te verdelen in vier verschillende perspectieven, namelijk; eerste-persoon, tweede-persoon, derde-persoon vrouwelijk en derde-persoon mannelijk. De verschillende perspectieven zijn op nominaal meetniveau. Vervolgens wordt het effect van deze verschillende perspectieven op de identificatie, waar *similarity* een onderdeel van is, gemeten. Identificatie en *similarity* worden op interval meetniveau gemeten. Tot slot wordt het effect hiervan op de attitude, gemeten op intervalniveau, hetgeen de onderzoekers uiteindelijk kan vertellen wat het effect is geweest op de gedragsintentie.

Afbeelding 1. Analysemodel van het onderzoek.



Statistische toetsing

Om het effect van de verschillende perspectieven op de identificatie en overtuiging te kunnen meten is er gebruik gemaakt van eenweg-variantie analyses. Hiermee zijn de gemiddelde scores van de onderdelen binnen de vragenlijst getoetst aan de identificatie en overtuiging van de ontvanger. Daarnaast is om een eventueel effect van geslacht en de verschillende condities op identificatie en overtuiging in kaart te brengen gebruik gemaakt van tweeweg variantie-analysen. Tot slot is er nog gebruik gemaakt van een Pearson's *r*-toets om de samenhang tussen gelijkentis en identificatie vast te stellen.

Resultaten

Voor het toetsen van het effect van perspectief op de gedragsintentie, gelijkenis, attitude en de identificatie zijn eenweg variantie-analyses uitgevoerd. De gemiddelden en standaarddeviaties per conditie zijn opgenomen in tabel 1.

Uit een eenweg variantie-analyse van Perspectief op Attitude bleek geen significant hoofdeffect van Perspectief ($F(3, 124) = .11, p = .952$).

Uit een eenweg variantie-analyse van Perspectief op Gedragsintentie bleek geen significant hoofdeffect van Perspectief ($F(3, 124) = .50, p = .682$).

Uit een eenweg variantie-analyse van Perspectief op Identificatie bleek geen significant hoofdeffect van Perspectief ($F(3, 124) = .83, p = .482$).

Uit een eenwegvariantie-analyse van Perspectief op Gelijkenis bleek geen significant hoofdeffect van Perspectief ($F(3, 124) = .91, p = .437$).

Gezien deze testen geen significante resultaten hebben opgeleverd is gebleken dat attitude, gedragsintentie, identificatie of gelijkenis niet af- of toenamen door de invloed van perspectief.

Controlevariabele

Als controlevariabele is de transportatie gemeten. Voor het toetsen van de transportatie is een eenweg variantie-analyse toegepast. Uit een eenweg variantie-analyse van Perspectief op Transportatie bleek geen significant hoofdeffect van Perspectief ($F(3, 124) = .33, p = .802$). Er is dus geen effect van perspectief op zowel transportatie als identificatie vast te stellen. De gemiddelden en standaarddeviaties van transportatie per conditie zijn opgenomen in tabel 1.

Tabel 1. Gemiddelden en standaarddeviaties van de identificatie, gelijkenis, gedragsintentie, attitude en transportatie per perspectiefconditie (1 = lage mate van, 7 = hoge mate van)

	Identificatie	Gelijkenis	Gedragsintentie	Attitude	Transportatie
Eerste persoon (n = 27)	M = 4.14 SD = .957	M = 3.65 SD = 1.236	M = 4.66 SD = 1.367	M = 5.94 SD = 1.164	M = 3.89 SD = 1.014
Tweede persoon (n = 29)	M = 4.17 SD = 1.515	M = 3.193 SD = 1.578	M = 4.93 SD = 1.727	M = 6.06 SD = 1.225	M = 3.94 SD = 1.327
Derde Persoon - Mannelijk (n = 37)	M = 4.20 SD = 1.112	M = 3.38 SD = 1.137	M = 5.02 SD = 1.122	M = 5.95 SD = .945	M = 4.08 SD = .981
Derde Persoon - Vrouwelijk (n = 35)	M = 3.82 SD = .997	M = 3.66 SD = 1.251	M = 4.70 SD = 1.431	M = 6.05 SD = .877	M = 3.84 SD = .948
Totaal (n = 128)	M = 4.08 SD = 1.156	M = 3.47 SD = 1.298	M = 4.84 SD = 1.403	M = 6.00 SD = 1.035	M = 3.94 SD = 1.059

Perspectief en overtuiging

Voor het toetsen van hypothese 1 is er gekeken naar het effect van de eerste- en derde-persoonsperspectieven op de gedragsintentie en attitude. Dit is getoetst doormiddel van twee eenweg variantie-analysen.

Uit een eenweg variantie-analyse van Perspectief op Gedragsintentie bleek geen significant hoofdeffect van Perspectief ($F(3, 124) = .50, p = .682$).

Uit een eenweg variantie-analyse van Perspectief op Attitude bleek geen significant hoofdeffect van Perspectief ($F(3, 124) = .11, p = .952$).

Vervolgens is het verschil tussen de eerste- en derde-persoonsperspectief versies getoetst doormiddel van twee *t*-toetsen.

Uit een t -toets voor Gedragsintentie bleek er geen significant effect te zijn van perspectief op de Gedragsintentie ($t(97) = -.70, p = .486$).

Uit een t -toets voor Attitude bleek er geen significant effect te zijn van perspectief op Attitude ($t(97) = -.26, p = .795$).

Doordat er geen significant effect is gevonden wordt hypothese 1 verworpen, gezien er geen significant effect is gevonden van perspectief op gedragsintentie. Het narratief geschreven vanuit het eerste-persoonsperspectief had dus niet meer effect op de gedragsintentie en attitude dan de narratieven geschreven in de derde-persoon.

Voor het toetsen van hypothese 2 is gebruik gemaakt van twee t -toetsen. Uit een t -toets voor Gedragsintentie bleek er geen significant effect te zijn van perspectief op Gedragsintentie ($t(54) = -.64, p = .523$).

Uit een t -toets voor Attitude bleek er geen significant effect te zijn van perspectief op Attitude ($t(54) = -.36, p = .722$).

Hypothese 2 zal ook worden verworpen, gezien er geen significant effect is gevonden van perspectief op gedragsintentie. Het narratief geschreven vanuit het eerste-persoonsperspectief had dus niet meer invloed op de gedragsintentie en attitude dan het narratief geschreven in de tweede-persoon.

Het toetsen van hypothese 3 is gedaan via twee t -toetsen.

Uit een t -toets voor Gedragsintentie bleek er geen significant effect te zijn van perspectief op Gedragsintentie ($t(99) = .20, p = .841$).

Uit een t -toets voor Attitude bleek er geen significant effect te zijn van perspectief op Attitude ($t(99) = -.26, p = .799$). Hypothese 3 zal daarom ook worden verworpen. Narratieven geschreven vanuit het tweede-persoonsperspectief hadden dus niet minder effect op de gedragintentie en attitude dan de narratieven geschreven in de derde-persoon.

Perspectief en identificatie

Voor het toetsen van hypothese 4 is gebruik gemaakt van een Pearson's r -correlatietest.

Uit een correlatie voor de Gelijkenissen met het hoofdpersoonage en de Identificatie met het hoofdpersoonage bleek er een significant, positief verband te bestaan ($r(128) = .58, p < .001$).

Naarmate de proefpersonen meer gelijkenis hadden met het hoofdpersoonage bleken zij meer identificatie met het hoofdpersoonage te vertonen.

Voor het toetsen van hypothesen 5 en 6 is gebruik gemaakt van een tweeweg variantie-analyse. Hierbij is uitsluitend gekeken naar de resultaten voor de derde-persoon mannelijk en derde-persoon vrouwelijk perspectieven. De resultaten van de eerste- en tweede-persoonsperspectieven zijn hier dus buiten beschouwing gelaten.

Uit de tweeweg variantie-analyse van Geslacht en Perspectief op Identificatie bleek geen significant hoofdeffect van Geslacht ($F(1, 68) = .14, p = .709$). Er bleek geen significant hoofdeffect van Perspectief ($F(1, 68) = 1.90, p = .172$) en er trad ook geen interactie op tussen Perspectief en Geslacht ($F(1, 68) = 3.56, p = .076$). Mannen identificeerde zich dus niet meer met mannen dan met vrouwen en vrouwen identificeerde zich niet meer met vrouwen dan met mannen.

Conclusie & discussie

Het voornaamste doel van het onderzoek was het onderzoeken van een eventueel effect van perspectief op de identificatie en overtuigingskracht. Een dergelijk effect is niet uit de resultaten gebleken. Er is dus geen effect vast te stellen van perspectief in narratieven op de identificatie met het hoofdpersoonage en overtuiging. Daarnaast zijn er ook geen significante resultaten gevonden voor de hypothesen, met uitzondering van hypothese 4. Zo is er significant positief verband gevonden tussen *similarity* en identificatie. Hierdoor is vast te stellen dat gelijkenissen tussen de ontvanger en het hoofdpersoonage in het narratief effect hebben op de mate van inleving in de personages in het narratief. Echter bleek dit geen verdere gevolgen te hebben voor de overtuigingskracht of attitude.

Een mogelijke verklaring voor het gebrek aan significante resultaten van perspectief op de overtuiging is dat het narratief een te expliciete boodschap bevatte verkondigde. Zo was de afweging van de argumenten om al dan niet gezonder te eten erg eenzijdig in het voordeel van gezond gedrag. Volgens bijvoorbeeld Slater en Rouner (2002) zorgt een impliciete boodschap voor het voorkomen van de vorming van tegenargumenten. Dit is niet het geval bij een expliciete boodschap. Een andere mogelijke verklaring is het opleidingsniveau van de respondenten. De respondenten waren allen hoger opgeleiden en over het algemeen leven hoger opgeleiden gezonder (Ross & Wu, 1995). Hierdoor zou de boodschap mogelijk niet binnen het *non-commitment* gebied (Hoeken, Hornikx, Hustinks, 2009) van de respondenten vallen, waardoor deze niet worden overtuigd. De Graaf et al. (2016) vonden dat de eerste-persoonsperspectief wel bevorderlijk kon zijn voor de overtuigingskracht maar benoemen hier ook dat dit zeker niet altijd het geval is.

Een mogelijke verklaring voor het gebrek aan significante resultaten van perspectief op identificatie is dat de respondenten de boodschap niet aandachtig genoeg gelezen hebben. De extreme uitschieters in de tijdsduur van het experiment geven enige ondersteuning voor deze verklaring. Mogelijk zijn er storende variabelen zijn geweest die de aandacht voor het narratief mogelijk hebben beïnvloed en ertoe hebben geleid dat de respondent op een later tijdstip het experiment voortzette. Doordat er te weinig aandacht voor het narratief zou zijn zou de identificatie mogelijk niet genoeg voor komen. Wellicht zal een manipulatie op thema van het narratief een groter effect ter weeg brengen, zoals gedaan in Houska (2010). Zo is het mogelijk dat predisposities van studenten ten opzichte van gezond eten het effect op de

attitude en gedragsintentie hebben beïnvloed. Daardoor lijkt het interessant om te kijken naar andere thema's zoals bijvoorbeeld sporten, alcoholgebruik of roken.

Geslacht bleek niet van invloed op identificatie, zo bleken mannen zich niet meer met mannen te identificeren dan vrouwen met vrouwen. Ook vrouwen bleken zich niet meer te identificeren met vrouwen dan met mannen, in tegenstelling tot de bevindingen van bijvoorbeeld Houska (2010). Dit was ook in tegenstelling tot hypothesen 5 en 6. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat studenten het geen waarde hechten aan, of geen aandacht hebben voor geslacht in dergelijke narratieven en zich daardoor evengoed zouden kunnen inleven. Gezien het verhaal wat betreft thema geen typisch mannelijke of vrouwelijke kenmerken bevatte zou het mogelijk kunnen zijn dat wanneer er in een narratief een gendergerelateerd thema voorkomt, het effect van geslacht op identificatie groter zal zijn.

Uit de resultaten is gebleken dat aan hypothese 4 wel is voldaan. Zo is er namelijk een significant verband tussen gelijkenis en identificatie gevonden. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat hogere gelijkenis leidt tot meer identificatie, dit is echter niet getest in het huidige onderzoek. Dit verband is in lijn met de bevindingen van onder andere Woolley (2012). Het huidige onderzoek versterkt het bewijs voor het gevonden verband. Dit heeft echter niet geleid tot een significante effecten van identificatie of gelijkenis op attitude en gedragsintentie.

Beperkingen van het onderzoek

Het onderzoek is helaas niet perfect geweest. Zo is er een fout gemaakt in de tekstversies van het onderzoek. Deze fout betrof de vierde alinea van de tekst in tweedepersoonsperspectief "Je woog mezelf". Of dit de onderzoeksresultaten heeft beïnvloed is lastig vast te stellen, maar de kans op lekkage van de ingreep is hierdoor wel aanwezig. Oftewel, mensen zouden door dergelijke fouten kunnen vermoeden wat de andere condities zijn. Dit kan mogelijk het antwoordgedrag beïnvloeden. Daarnaast zijn de tekstversies niet door eerder onderzoek gevalideerd. De teksten waren nieuw en door de onderzoekers zelf geschreven. Gezien de onderzoekers geen professionele schrijvers zijn is het mogelijk dat hierdoor het verhaal minder goed is geschreven waardoor de identificatie minder is ervaren of de aandacht niet voldoende getrokken werd. Dit zou ook het grote aantal uitschieters in tijdsduur van de experimentafname kunnen verklaren.

Wanneer gekeken wordt naar tabel 1, is te zien dat de gemiddelden voor zowel identificatie als transportatie in iedere conditie niet hoog zijn. De gemiddelden voor identificatie en transportatie liggen rond het midden van de gebruikte zevenpunts schaal. Er is dus geen hoge of lage mate van identificatie of transportatie gemeten. De narratieven gebruikt in het huidige onderzoek focussen zich ook op een vrij generieke student. Dit is gedaan om het effect van perspectief zo goed mogelijk in kaart te kunnen brengen. Hierdoor is het echter mogelijk dat het narratief voor de studenten minder uitnodigend voor identificatie is gebleken. Het is ook mogelijk dat de lage scores op transportatie en identificatie veroorzaakt zijn door kenmerken van het narratief zoals de lengte van de tekst of het onderwerp van de tekst. Langere teksten zouden namelijk meer identificatie kunnen opleveren doordat lezers een langere tijd hebben om de identificatie op te wekken. Daarnaast zouden details in het narratief ervoor kunnen zorgen dat de lezer zich een betere voorstelling kan maken van het narratief, hetgeen mogelijk eerder identificatie of transportatie uitlokt.

Daarnaast is het onderzoek erg kleinschalig geweest. Er is wel aan het minimum van 120 respondenten voldaan, maar waren er niet altijd een minimum van 30 respondenten per conditie. Tot slot is er ook geen gebruik gemaakt van een controlegroep. Doordat er geen controlegroep is geweest kan niet worden uitgewezen dat de scores op gedragsintentie en attitude zijn beïnvloed door de tekst.

Vervolgonderzoek

Vervolgonderzoek is nodig om uit te wijzen hoe effecten van narratieve communicatie werkelijk in elkaar zitten. Meer onderzoek naar perspectieven is ook nodig om vast te kunnen stellen of er een effect van perspectief op identificatie en/of overtuiging mogelijk is. Het huidige onderzoek is nog te kleinschalig geweest om breed generaliseerbare resultaten te kunnen leveren. Daarom zou het een aanbeveling zijn om een grotere groep respondenten te verzamelen in vervolgonderzoek. Ook zou verder onderzoek, om de mogelijkheid op storende variabelen uit te schakelen, experimenten als deze kunnen afnemen in een gecontroleerde omgeving. Hierdoor zouden respondenten minder afgeleid kunnen worden door hun omgeving en meer aandacht kunnen opwekken voor het lezen van het narratief.

Volgens de Graaf et al. (2016) zijn er ook enorme verschillen in karakteristieken tussen verschillende narratieven naast perspectief. Hierdoor zouden eventuele effecten mogelijk aan andere kenmerken van het narratief kunnen worden toegekend. Omgekeerd zou het ook mogelijk moeten zijn dat er ongeïdentificeerde een storende variabele aanwezig is

geweest in de narratieven, die een effect van perspectief mogelijk heeft afgezwakt. Een voorbeeld hiervan is de predisposities van de studenten ten aanzien van gezond eten, of een zelfstandige of gedeelde woonsituatie. Ook zou vervolgonderzoek beter kunnen kijken naar de woonsituatie van de student. Studenten die vaak samen koken zullen wellicht minder geneigd zijn om ongezond te eten dan studenten die vaak alleen eten. Daarnaast zou het hebben van een relatie mogelijk van invloed kunnen zijn op het eetgedrag van de respondenten. Hopelijk kan onderzoek in de toekomst meer inzicht bieden in het de effecten van verschillende kenmerken van narratieven en zal gezondheidscommunicatie hierdoor verbeterd kunnen worden.

Literatuur

- Andsager, J. L., Bemker, V., Choi, H., & Torwel, V. (2006). Perceived similarity of exemplar traits and behavior: Effects on message evaluation. *Communication Research*, 33(1), pp. 3-18. DOI: 10.1177/0093650205283099
- Amerika, R. A. (2017). *Een onderzoek naar de mate waarin leeservaring van de lezer een rol speelt bij de identificatie met een personage in een narratieve tekst* (Scriptie). Verkregen van: <https://dspace.library.uu.nl/bitstream/handle/1874/351295/EIndwerkstuk%20CIW%20Rick%20America.docx?sequence=2> op 28-09-2017.
- Boeijinga, A., Joling, C., Hoeken, H. & Sanders, J. (2013). Narratieve interventies verleiden tot gezonder gedrag. *Tijdschrift voor gezondheidswetenschappen*, 91(5), pp. 253-256. DOI: 10.1007/s12508-013-0091-7
- Cohen J. (2001). Defining Identification: A theoretical look at the identification of audiences with media characters. *Mass Communication & Society*, 4(3), pp. 245–264. DOI: 10.1207/S15327825MCS0403_01
- De Graaf, A. (2014). The effectiveness of adaptation of the protagonist in narrative impact: Similarity influences health beliefs through self-referencing. *Human Communication Research*, 40(1), pp. 73-90. DOI: 10.1111/hcre.12015
- De Graaf, A., Hoeken, H., Sanders, J. & Beentjes, J. W. J., (2012). Identification as a mechanism of narrative persuasion. *Communication Research*, 39(6), pp. 802-823. DOI: 10.1177/0093650211408594
- De Graaf, A., Sanders, J., & Hoeken, H. (2016). Characteristics of narrative interventions and health effects: A review of the content, form, and context of narratives in healthrelated narrative persuasion research. *Review of Communication Research*, 4, 88-131. DOI: 10.12840/issn.2255-4165.2016.04.01.011
- Genootschap Onze Taal, (2011). Persoonlijk voornaamwoord [Blogpost]. Verkregen van: <https://onzetaal.nl/taaladvies/persoonlijk-voornaamwoord> op 07-10-2017.
- Green, M. C. (2006). Narratives and cancer communication. *Journal of Communication*, 56, pp. 163-183. DOI: 10.1111/j.1460-2466.2006.00288.x

- Hinyard, L. J., & Kreuter, M. W. (2007). Using Narrative communication as a tool for health behavior change: A conceptual, theoretical, and empirical overview. *Health Education & Behavior*, 34(5), pp. 777-792. DOI: 10.1177/1090198106291963
- Hoeken H., Hornikx J., Hustinx L. (2009). Overtuigende teksten: Onderzoek en ontwerp. *Coutinho: Bussum*. ISBN: 978 90 469 0168 4
- Hoffner & Buchanan (2005). Young adults' wishful identification with television characters: The role of perceived similarity and character attributes. *Media Psychology*, 7, pp. 325-351. DOI: 10.1207/S1532785XMEP0704_2
- Houska, J. A. (2010). The Influence of perspective and gender on the processing of narratives (Dissertatie). Verkregen van: <https://digitalscholarship.unlv.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1860&context=thesesdissertations> op 14-10-2017.
- Moyer-Gusé, E., Jain, P., & Chung, A. H. (2012). Reinforcement or reactance? Examining the effect of an explicit persuasive appeal following an entertainment-education narrative. *Journal of communication*, 62, pp. 1010-1027. DOI: 10.1111/j.1460-2466.2012.01680.x
- Moyer-Gusé E., & Nabi, R. L. (2010). Explaining the effects of narrative in an entertainment television program: Overcoming resistance to persuasion. *Human Communication Research*, 36, pp. 26–52. DOI: 10.1111/j.1468-2958.2009.01367.x
- Murphy, S. T., Frank, L. B., Chatterjee, J. S. en Baezconde-Garbanati, L. (2013). Narrative versus non-narrative: The role of identification, transportation and emotion in reducing health disparities. *Journal of Communication*, 63(1). DOI:10.1111/jcom.12007
- Nan, X., Dahlstrom, M. F., Richards, A., & Rangarajan, S. (2015). Influence of evidence type and narrative type on HPV risk perception and Intention to obtain the HPV vaccine. *Health Communication*, 30(3), pp. 301-308. DOI: 10.1080/10410236.2014.888629
- Oatley, K. (1999). Meetings of minds: Dialogue, sympathy, and identification, in reading fiction. *Elsevier Poetics* 26, pp.439-454. DOI: 10.1016/S0304-422X(99)00011-X

- Ross, C. E., Wu, C. (1995). The links between education and health. *American Sociological Review*, 60(5), pp. 719-745. Verkregen van: <http://www.jstor.org/stable/2096319> op: 11-01-2018.
- Singhal, A., & Rogers, E. M. (2001). The entertainment-education strategy in campaigns. In R.E. Rice en C. Atkin (eds.). *Public Communication Campaigns*. Derde editie. Thousand Oaks, CA: Sage Publications. DOI: 10.4135/9781452233260.n28
- Slater, M. D., & Rourer, D. (2002). Entertainment-education and elaboration likelihood: Understanding the processing of narrative persuasion. *Communication Theory*, 12(2), pp. 173–191. DOI: 10.1111/j.1468-2885.2002.tb00265.x
- Woolley, J. K. (2012). *The effects of narrative media on self-perceptions: The role of identification and narrative engagement* (Dissertatie). Verkregen van: https://etda.libraries.psu.edu/files/final_submissions/7553 op: 07-10-2017.

Bijlagen

Bijlage 1. Persoonlijke voornaamwoorden ingedeeld per perspectief (Genootschap Onze Taal, 2011).

Persoon	Onderwerpsvorm	Niet-onderwerpsvorm
Eerste enkelvoud	Ik	Mij
Eerste meervoud	Wij	Ons
Tweede enkelvoud	Jij, u	Jou, u
Tweede meervoud	Jullie, u	Jullie, u
Derde enkelvoud vrouwelijk	Zij	Haar
Derde enkelvoud mannelijk	Hij	Hem
Derde meervoud	Zij	Hen, hun

Bijlage 2. De tekstversies verschillend op perspectief

Eerste persoon:

Vroeger at ik niet erg gezond. Mijn vrienden en ik gingen in ons eerste studiejaar wekelijks naar de snackbar. Maar in het tweede jaar realiseerde ik me dat ik dat als enige nog deed. Mijn vrienden waren gezonder gaan eten. Ze aten liever een pastasalade of een ovenschotel dan patat, terwijl ik vaak nog wel zin had in een frietje. Ongemerkt was ik de minst gezonde van mijn vrienden geworden!

Toch vond ik het niet reden genoeg om mijn eetpatroon te veranderen. Ook al staan studenten er vaak om bekend dat ze niet erg gezond eten, vond ik dat bij mezelf wel meevallen. Ik at namelijk bijna elke dag wel wat groente en fruit en ik ging ervanuit dat ik verder ook niet te ongezond snackte. Bovendien sportte ik 1-2 keer per week. Daarnaast dacht ik dat gezond eten veel tijd en geld zou kosten, en dat het alleen maar nuttig was om af te vallen. Ik hoefde niet nodig af te vallen en ik had al niet veel tijd en geld, dus gezonder eten leek mij onpraktisch.

Maar een week of twee na m'n realisatie, las ik dat gezond eten best veel voordelen kan hebben. Volgens wetenschappers zou het ervoor zorgen dat men gelukkiger wordt, meer energie heeft, minder stress ervaart, geld bespaart en slimmer wordt! Door deze voordelen vond ik het al aantrekkelijker om gezonder te gaan eten. Bovendien, als mijn vrienden het kunnen, kan ik het ook.

Ik creëerde een 'challenge' voor mezelf, omdat ik wel benieuwd was of de voordelen van gezond eten niet te mooi waren om waar te zijn. Ik woog mezelf en probeerde een maand gezond te eten voor hetzelfde geld als voorheen: €40 per week. Ook probeerde ik dagelijks genoeg groente (250 gram) en fruit (200 gram) te eten. Daarnaast probeerde ik voedsel met minder vet en toegevoegde suikers te eten. Om het vol te kunnen houden, mocht één dag per week een 'cheatday' zijn. Daarnaast besloot ik maximaal twee avonden per week alcohol te drinken, waarvan ik één avond maar twee glazen mocht drinken.

Gezond eten was lang niet zo zwaar als verwacht. Ik hield me goed aan mijn regels en de 'cheatday' hielp erg, vooral op dagen dat ik dronk of brak was. Wat mij het meest opviel, was dat gezond eten lang niet zo tijdrovend en duur was als verwacht. Ik gaf nooit meer uit dan

mijn budget en hield zelfs regelmatig geld over! Gemiddeld gaf ik €35 per week uit en ik kwam erachter dat alcohol en frisdrank het grootste verschil maakten voor mijn portemonnee. Want hoewel verse groente en fruit best duur zijn, bespaarde ik veel op alcohol en frisdrank. Als ik een paar maanden zo door zou blijven gaan, zou ik al snel een weekendje weg kunnen met het bespaarde geld. Ook miste ik het ongezonde eten veel minder dan verwacht, bijvoorbeeld omdat ik borrelnootjes verving door ongezoeten noten en frisdrank door water met een schijfje citroen. Daarnaast kreeg ik meer energie. De gevreesde 'sugar crash', die ik normaal in de namiddag had, kwam bijna nooit meer voor. In tegendeel, ik kon me beter en langer concentreren. Dat maakte opletten tijdens colleges en studeren makkelijker, zelfs al was ik misschien niet slimmer geworden. Doordat het studeren beter ging, ervaarde ik minder stress, had ik minder zorgen aan mijn hoofd en had ik meer tijd om af te spreken met vrienden. Ook kreeg ik er meer tijd door om te gaan sporten, dus misschien lagen positieve effecten niet alleen aan het eten, maar ook een beetje aan het bewegen. Qua gewicht dacht ik trouwens weinig verschil te merken gedurende de maand, maar mijn riem kon na drie weken toch wel een gaatje strakker.

De challenge beviel me zeer goed. De voorspelde voordelen bleken niet te mooi om waar te zijn. Omdat kleine veranderingen een groot verschil kunnen maken, raad ik andere studenten zeker aan om wat meer op hun eetgewoonten te gaan letten en dat ook te blijven doen. Dat heb ik zelf ook gedaan. Vorige week, zeven maanden na de challenge, was ik voor de zoveelste keer met mijn vrienden groente aan het snijden en besepte ik me dat we al minstens een halfjaar niet meer in de snackbar zijn geweest. Challenge achieved!

Tweede persoon:

Stel je voor: je was vroeger niet erg gezond. Je vrienden en jij gingen in jullie eerste studiejaar wekelijks naar de snackbar. Maar in het tweede jaar realiseerde je je dat je dat als enige nog deed. Je vrienden waren gezonder gaan eten. Ze aten liever een pastasalade of een ovenschotel dan patat, terwijl jij vaak nog wel zin had in een frietje. Ongemerkt was je de minst gezonde van je vrienden geworden!

Toch vond je het niet reden genoeg om je eetpatroon te veranderen. Ook al staan studenten er vaak om bekend dat ze niet erg gezond eten, vond je dat bij jezelf wel meevallen. Je was namelijk bijna elke dag wel wat groente en fruit en je ging ervanuit dat je verder ook niet te

ongezond snackte. Bovendien sportte je 1-2 keer per week. Daarnaast dacht je dat gezond eten veel tijd en geld zou kosten en dat het alleen maar nuttig was om af te vallen. Je hoefde niet nodig af te vallen, en je had al niet veel tijd en geld, dus gezonder eten leek je onpraktisch.

Maar een week of twee na je realisatie, las je dat gezond eten best veel voordelen kan hebben. Volgens wetenschappers zou het ervoor zorgen dat men gelukkiger wordt, meer energie heeft, minder stress ervaart, geld bespaart en slimmer wordt! Door deze voordelen vond je het al aantrekkelijker om gezonder te gaan eten. Bovendien, als je vrienden het kunnen, kan jij het ook.

Je creëerde een 'challenge' voor jezelf, omdat je wel benieuwd was of de voordelen van gezond eten niet te mooi waren om waar te zijn. Je woog mezelf en probeerde een maand gezond te eten voor hetzelfde geld als voorheen: €40 per week. Ook probeerde je dagelijks genoeg groente (250 gram) en fruit (200 gram) te eten. Daarnaast probeerde je voedsel met minder vet en toegevoegde suikers te eten. Om het vol te kunnen houden, mocht één dag per week een 'cheatday' zijn. Daarnaast besloot je maximaal twee avonden per week alcohol te drinken, waarvan je één avond maar twee glazen mocht drinken.

Gezond eten was lang niet zo zwaar als verwacht. Je hield je goed aan je regels en de 'cheatday' hielp erg, vooral op dagen dat je dronk of brak was. Wat je het meest opviel, was dat gezond eten lang niet zo tijdrovend en duur was als verwacht. Je gaf nooit meer uit dan je budget en hield zelfs regelmatig geld over! Gemiddeld gaf je €35 per week uit en je kwam erachter dat alcohol en frisdrank het grootste verschil maakten voor je portemonnee. Want hoewel verse groenten en fruit best duur zijn, bespaarde je veel op alcohol en frisdrank. Als je een paar maanden zo door zou blijven gaan, zou je al snel een weekendje weg kunnen met het bespaarde geld. Ook miste je het ongezonde eten veel minder dan verwacht, bijvoorbeeld omdat je borrelnootjes verving door ongezoeten noten en frisdrank door water met een schijfje citroen. Daarnaast kreeg je meer energie. De gevreesde 'sugar crash', die je normaal in de namiddag had, kwam bijna nooit meer voor. In tegendeel, je kon je beter en langer concentreren. Dat maakte opletten tijdens colleges en studeren makkelijker, zelfs al was je misschien niet slimmer geworden. Doordat het studeren beter ging, ervaarde je minder stress, had je minder zorgen aan je hoofd en had je meer tijd om af te spreken met vrienden. Ook kreeg je er meer tijd door om te gaan sporten, dus misschien lagen positieve effecten niet

alleen aan het eten, maar ook een beetje aan het bewegen. Qua gewicht dacht je trouwens weinig verschil te merken gedurende de maand, maar je riem kon na drie weken toch wel een gaatje strakker.

De challenge beviel je zeer goed. De voorspelde voordelen bleken niet te mooi om waar te zijn. Omdat kleine veranderingen een groot verschil kunnen maken, raad je andere studenten zeker aan om wat meer op hun eetgewoonten te gaan letten en dat ook te blijven doen. Dat heb je zelf ook gedaan. Vorige week, zeven maanden na de challenge, was je voor de zoveelste keer met je vrienden groente aan het snijden en besepte je je dat jullie al minstens een halfjaar niet meer in de snackbar zijn geweest. Challenge achieved!

Derde persoon mannelijk:

Vroeger at Niels niet erg gezond. Zijn vrienden en hij gingen in hun eerste studiejaar wekelijks naar de snackbar. Maar in het tweede jaar realiseerde hij zich dat hij dat als enige nog deed. Zijn vrienden waren gezonder gaan eten. Ze aten liever een pastasalade of een ovenschotel dan patat, terwijl hij vaak nog wel zin had in een frietje. Ongemerkt was hij de minst gezonde van zijn vrienden geworden!

Toch vond het dat niet reden genoeg om zijn eetpatroon te veranderen. Ook al staan studenten er vaak om bekend dat ze niet erg gezond eten, vond hij dat bij zichzelf wel meevallen. Hij at namelijk bijna iedere dag wel wat groente en fruit en hij ging ervanuit dat hij verder ook niet te ongezond snackte. Bovendien sportte hij 1-2 keer per week. Daarnaast dacht hij dat gezond eten veel tijd en geld zou kosten en dat het alleen maar nuttig was om af te vallen. Hij hoefde niet nodig af te vallen, en hij had al niet veel tijd en geld, dus gezonder eten leek hem onpraktisch.

Maar een week of twee na zijn realisatie, las hij dat gezond eten best veel voordelen kan hebben. Volgens wetenschappers zou het ervoor zorgen dat men gelukkiger wordt, meer energie heeft, minder stress ervaart, geld bespaart en slimmer wordt! Door deze voordelen vond hij het al aantrekkelijker om gezonder te gaan eten. Bovendien, als zijn vrienden het kunnen, kan hij het ook.

Hij creëerde een 'challenge' voor zichzelf, omdat hij wel benieuwd was of de voordelen van gezond eten niet te mooi waren om waar te zijn. Hij woog zichzelf en probeerde een maand

gezond te eten voor hetzelfde geld als voorheen: €40 per week. Ook probeerde hij dagelijks genoeg groente (250 gram) en fruit (200 gram) te eten. Daarnaast probeerde hij minder voedsel met vet en toegevoegde suikers te eten. om het vol te kunnen houden, mocht één dag per week een ‘cheatday’ zijn. Daarnaast besloot hij maximaal twee avonden per week alcohol te drinken, waarvan hij één avond maar twee glazen mocht drinken.

Gezond eten was lang niet zo zwaar als verwacht. Hij hield zich goed aan zijn regels en de ‘cheatday’ hielp erg, vooral op dagen dat hij dronk of brak was. Wat hem het meest opviel, was dat gezond eten lang niet zo tijdrovend en duur was als verwacht. Hij gaf nooit meer uit dan zijn budget en hield zelfs regelmatig geld over! Gemiddeld gaf hij €35 per week uit en hij kwam erachter dat alcohol en frisdrank het grootste verschil maakten voor zijn portemonnee. Want hoewel verse groenten en fruit best duur zijn, bespaarde hij best veel op alcohol en frisdrank. Als hij een paar maanden zo door zou blijven gaan, zou hij al snel een weekendje weg kunnen met het bespaarde geld. Ook miste hij het ongezonde eten veel minder dan verwacht, bijvoorbeeld omdat hij borrelnootjes verving door ongezouten noten en frisdrank door water met een schijfje citroen. Daarnaast kreeg hij meer energie. De gevreesde ‘sugar crash’, die hij normaal in de namiddag had, kwam bijna nooit meer voor. In tegendeel, hij kon zich beter en langer concentreren. Dat maakte opletten tijdens colleges en studeren makkelijker, zelfs al was hij misschien niet slimmer geworden. Doordat het studeren beter ging, ervaarde hij minder stress, had hij minder zorgen aan zijn hoofd en had hij meer tijd om af te spreken met vrienden. Ook kreeg hij er meer tijd door om te gaan sporten, dus misschien lagen positieve effecten niet alleen aan het eten, maar ook een beetje aan het bewegen. Qua gewicht dacht hij trouwens weinig verschil te merken gedurende de maand, maar zijn riem kon na drie weken toch wel een gaatje strakker.

De challenge beviel hem zeer goed. De voorspelde voordelen bleken niet te mooi om waar te zijn. Omdat kleine veranderingen een groot verschil kunnen maken, raadt hij andere studenten zeker aan om wat meer op hun eetgewoonten te gaan letten en dat ook te blijven doen. Dat heeft hij zelf ook gedaan. Vorige week, zeven maanden na de challenge, was hij voor de zoveelste keer met zijn vrienden groente aan het snijden en besepte hij zich dat ze al minstens een halfjaar niet meer in de snackbar zijn geweest. Challenge achieved!

Derde persoon vrouwelijk:

Vroeger at Sophie niet erg gezond. Haar vrienden en zij gingen in hun eerste studiejaar wekelijks naar de snackbar. Maar in het tweede jaar realiseerde ze zich dat zij dat als enige nog deed. Haar vrienden waren gezonder gaan eten. Ze aten liever een pastasalade of een ovenschotel dan patat, terwijl zij vaak nog wel zin had in een frietje. Ongemerkt was ze de minst gezonde van haar vrienden geworden!

Toch vond ze het niet rede genoeg om haar eetpatroon te veranderen. Ook al staan studenten er vaak om bekend dat ze niet erg gezond eten, vond zij dat bij zichzelf wel meevallen. Ze at namelijk bijna iedere dag wel groente en fruit en ze ging ervanuit dat ze verder ook niet te ongezond snackte. Bovendien sportte ze 1-2 keer per week. Daarnaast dacht ze dat gezond eten veel tijd en geld zou kosten en dat het alleen maar nuttig was om af te vallen. Ze hoefde niet nodig af te vallen, en ze had al niet veel tijd en geld, dus gezonder eten leek haar onpraktisch.

Maar een week of twee na haar realisatie, las ze dat gezond eten best veel voordelen kan hebben. Volgens wetenschappers zou het ervoor zorgen dat men gelukkiger wordt, meer energie heeft, minder stress ervaart, geld bespaart en slimmer wordt! Door deze voordelen vond ze het al aantrekkelijker om gezonder te gaan eten. Bovendien, als haar vrienden het kunnen, kan zij het ook.

Ze creëerde een 'challenge' voor zichzelf, omdat ze wel benieuwd was of de voordelen van gezond eten niet te mooi waren om waar te zijn. Ze woog zichzelf en probeerde een maand gezond te eten voor hetzelfde geld als voorheen: €40 per week. Ook probeerde ze dagelijks genoeg groente (250 gram) en fruit (200 gram) te eten. Daarnaast probeerde ze minder voedsel met vet en toegevoegde suikers te eten. Om het vol te kunnen houden, mocht één dag per week een 'cheatday' zijn. Daarnaast besloot ze maximaal twee avonden per week alcohol te drinken, waarvan ze één avond maar twee glazen mocht drinken.

Gezond eten was lang niet zo zwaar als verwacht. Ze hield zich goed aan haar regels en de 'cheatday' hielp erg, vooral op dagen dat ze dronk of brak was. Wat haar het meest opviel, was dat gezond eten lang niet zo tijdrovend en duur was als verwacht. Ze gaf nooit meer uit dan haar budget en hield zelfs regelmatig geld over! Gemiddeld gaf ze €35 per week uit en ze

kwam erachter dat alcohol en frisdrank het grootste verschil maakten voor haar portemonnee. Want hoewel groenten en fruit best duur zijn, bespaarde ze veel op alcohol en frisdrank. Als ze een paar maanden zo door zou blijven gaan, zou ze al snel een weekendje weg kunnen met het bespaarde geld. Ook miste ze het ongezonde eten veel minder dan verwacht, bijvoorbeeld omdat ze borrelnootjes verving door ongezouten noten en frisdrank door water met een schijfje citroen. Daarnaast kreeg ze meer energie. De gevreesde ‘sugar crash’, die ze normaal in de namiddag had, kwam bijna nooit meer voor. In tegendeel, ze kon zich beter en langer concentreren. Dat maakte opletten tijdens colleges en studeren makkelijker, zelfs al was ze misschien niet slimmer geworden. Doordat het studeren beter ging, ervaarde ze minder stress, had ze minder zorgen aan haar hoofd en had ze meer tijd om af te spreken met vrienden. Ook kreeg ze er meer tijd door om te gaan sporten, dus misschien lagen positieve effecten niet alleen aan het eten, maar ook een beetje aan het bewegen. Qua gewicht dacht ze trouwens weinig verschil te merken gedurende de maand, maar haar riem kon na drie weken toch wel een gaatje strakker.

De challenge beviel haar zeer goed. De voorspelde voordelen bleken niet te mooi om waar te zijn. Omdat kleine veranderingen een groot verschil kunnen maken, raadt ze andere studenten zeker aan om wat meer op hun eetgewoonten te gaan letten en dat ook te blijven doen. Dat heeft ze zelf ook gedaan. Vorige week, zeven maanden na de challenge, was ze voor de zoveelste keer met haar vrienden groente aan het snijden en besepte ze zich dat ze al minstens een halfjaar niet meer in de snackbar zijn geweest. Challenge achieved!

Bijlage 3. Vragenlijst behorende bij het experiment zoals opgesteld in Qualtrics.

Bedankt voor het deelnemen aan dit onderzoek. Zo meteen wordt er een tekst voorgelegd, die gaat over gezonde voeding. Na het lezen ervan worden er enkele vragen over gesteld. Er wordt naar de eigen mening gevraagd, dus er zijn geen foute antwoorden. De vragenlijst duurt ongeveer 10 minuten en is geheel anoniem. Daarnaast worden de antwoorden op deze vragen uitsluitend voor dit onderzoek gebruikt. Mochten er verder nog onduidelijkheden zijn, kunnen er vragen gesteld worden aan een van de onderzoekers.

Wanneer er op het onderstaande pijltje wordt geklikt, geeft u toestemming voor het gebruiken van de antwoorden in dit onderzoek.

Alvast bedankt voor het invullen!

[Narratief in een van de perspectiefcondities]

1. Ik voelde mee met de hoofdpersoon.

Zeer mee oneens (1) – Zeer mee eens (7)

2. De hoofdpersoon heeft eenzelfde soort karakter als ik.

Zeer mee oneens (1) – Zeer mee eens (7)

3. Tijdens het lezen was ik volledig geconcentreerd op het verhaal.

Zeer mee oneens (1) – Zeer mee eens (7)

4. Tijdens het lezen stelde ik me voor hoe het zou zijn om in de positie van de hoofdpersoon te zijn.

Zeer mee oneens (1) – Zeer mee eens (7)

5. Tijdens het lezen zag ik voor me wat er in het verhaal beschreven werd.

Zeer mee oneens (1) – Zeer mee eens (7)

6. Terwijl ik aan het lezen was, beeldde ik me in hoe het voor de hoofdpersoon moest zijn om het beschrevene mee te maken.

Zeer mee oneens (1) – Zeer mee eens (7)

7. In mijn verbeelding was het alsof ik de hoofdpersoon was.

Zeer mee oneens (1) – Zeer mee eens (7)

8. Ik heb meegeleefd met de hoofdpersoon.

Zeer mee oneens (1) – Zeer mee eens (7)

9. Toen ik een tijdje aan het lezen was, leek het alsof ik in gedachten de hoofdpersoon geworden was.

Zeer mee oneens (1) – Zeer mee eens (7)

10. Tijdens het lezen werd mijn aandacht helemaal in beslag genomen door het verhaal.

Zeer mee oneens (1) – Zeer mee eens (7)

11. Toen ik het verhaal las, was ik in gedachten alleen bij het verhaal.

Zeer mee oneens (1) – Zeer mee eens (7)

12. Qua persoonlijkheid lijkt de hoofdpersoon op mij.

Zeer mee oneens (1) – Zeer mee eens (7)

13. Ik had een levendig beeld van de gebeurtenissen in het verhaal.

Zeer mee oneens (1) – Zeer mee eens (7)

14. Ik heb me ingeleefd in de hoofdpersoon.

Zeer mee oneens (1) – Zeer mee eens (7)

15. Tijdens het lezen voelde ik me opgetogen als de hoofdpersoon zich opgetogen voelde.

Zeer mee oneens (1) – Zeer mee eens (7)

16. De achtergrond van de hoofdpersoon is vergelijkbaar met die van mij.

Zeer mee oneens (1) – Zeer mee eens (7)

17. Het verhaal raakte me.

Zeer mee oneens (1) – Zeer mee eens (7)

18. Ik vond het verhaal aangrijpend.

Zeer mee oneens (1) – Zeer mee eens (7)

19. De hoofdpersoon lijkt op mij.

Zeer mee oneens (1) – Zeer mee eens (7)

20. De hoofdpersoon heeft dezelfde interesses als ik.

Zeer mee oneens (1) – Zeer mee eens (7)

21. Het verhaal maakte emoties bij me los.

Zeer mee oneens (1) – Zeer mee eens (7)

22. Ik had het gevoel dat ik zelf meemaakte wat de hoofdpersoon meemaakte.

Zeer mee oneens (1) – Zeer mee eens (7)

23. Terwijl ik het verhaal las, maakte ik me een voorstelling van de gebeurtenissen die erin plaatsvonden.

Zeer mee oneens (1) – Zeer mee eens (7)

Het Voedingscentrum raadt aan om dagelijks 250 gram groenten en 200 gram fruit te eten.

24. Hoe vaak per week eet je 250 gram groenten?

- 0 dagen per week
- 1 dag per week
- 2 dagen per week
- 3 dagen per week
- 4 dagen per week
- 5 dagen per week
- 6 dagen per week
- 7 dagen per week

25. Hoe vaak eet je 200 gram fruit?

- 0 dagen per week
- 1 dag per week
- 2 dagen per week
- 3 dagen per week
- 4 dagen per week
- 5 dagen per week
- 6 dagen per week
- 7 dagen per week

26. Als ik de komende drie maanden 250 gram groenten per dag ga eten, dan is dat:

Slecht (1) – Goed (7)

Onplezierig (1) – Plezierig (7)

Schadelijk (1) – Voordelig (7)

Vervelend (1) – Interessant (7)

Onverstandig (1) – Verstandig (7)

27. Als ik de komende drie maanden 200 gram fruit per dag ga eten, dan is dat:

Slecht (1) – Goed (7)

Onplezierig (1) – Plezierig (7)

Schadelijk (1) – Voordelig (7)

Vervelend (1) – Interessant (7)

Onverstandig (1) – Verstandig (7)

28. Ik ben van plan om de komende drie maanden vijf keer per week 250 gram groenten per dag te eten.

Zeker niet (1) – Zeker wel (7)

29. Ik ben van plan om de komende drie maanden per week 200 gram fruit per dag te eten.

Zeker niet (1) – Zeker wel (7)

30. Ik zal de komende drie maanden 250 gram groenten per dag eten.

Zeker niet (1) – Zeker wel (7)

31. Ik zal de komende drie maanden 200 gram fruit per dag eten.

Zeker niet (1) – Zeker wel (7)

32. Ik ben bereid om de komende drie maanden 250 gram groenten per dag te eten.

Zeker niet (1) – Zeker wel (7)

33. Ik ben bereid om de komende drie maanden 200 gram fruit per dag te eten.

Zeker niet (1) – Zeker wel (7)

34. Ik ga de komende drie maanden 250 gram groenten per dag eten.

Zeker niet (1) – Zeker wel (7)

35. Ik ga de komende drie maanden 200 gram fruit per dag eten.

Zeker niet (1) – Zeker wel (7)

36. Mijn laagst afgeronde opleidingsniveau is:

- Basisschool
- Vmbo
- Havo
- Vwo
- Mbo niveau 1
- Mbo niveau 2

- Mbo niveau 3
- Mbo niveau 4
- Hbo propedeuse
- Hbo
- Universitaire propedeuse
- Universitaire bachelor
- Universitaire master
- PhD
- Andere opleiding

37. Momenteel volg ik een opleiding.

- Juist
- Onjuist

38. Momenteel volg ik deze opleiding:

- Basisschool
- Vmbo
- Havo
- Vwo
- Mbo niveau 1
- Mbo niveau 2
- Mbo niveau 3
- Mbo niveau 4
- Hbo propedeuse
- Hbo
- Universitaire propedeuse
- Universitaire bachelor
- Universitaire master
- PhD
- Andere opleiding

39. Wat is uw leeftijd? (open vraag)

40. Wat is uw geslacht?

- Man
- Vrouw

41. Wat is uw nationaliteit? (open vraag)

42. Wat is uw moedertaal? (open vraag)

43. Ik woon:

- Op kamers
- Bij mijn ouders

Hartelijk dank voor uw deelname aan dit onderzoek!