

De invloed van voorbeeldgeschiedenissen in *fear appeals* op de perceptie van de eigen-effectiviteit en de acceptatie van de boodschap

Hans Hoeken & Dymphie Geurts

Appeals to fear are frequently used in health communication to persuade people to adopt a new kind of behavior because their current behavior is likely to have harmful consequences. If an appeal to people's fears is to succeed in persuading them to act differently, they will have to concede that the consequences of their actions are undesirable but real (which in combination constitutes the perceived threat) as well as believe that the proposed alternative behavior is effective in blocking the negative consequences (response efficacy). Furthermore, they have to believe that they will be able to perform the alternative behavior (self-efficacy). In an experiment, two versions of a pamphlet were written on the dangers of internet addiction. The two versions did differ only with respect to the content of a case history (a so-called exemplar). In this case history, the experience of a female student suffering from internet addiction was described. In one version, the student succeeded in reducing her use of the internet and therefore did not suffer the negative (physical, social, and professional) consequences of internet addiction. In the other version, the student did not succeed in cutting down on her internet use and did suffer the negative consequences. It was hypothesized that the former version would lead to a higher perceived self-efficacy whereas the latter version would lead to a higher perceived threat. A hundred and forty nine participants read one of the versions of the pamphlet. Responding to a questionnaire, they indicated to what extent they were inclined to perform the propagated behavior (use the internet only sparingly), described their perception of its feasibility, and their inclination to minimize the dangers contained in the message. Results showed that after reading the version in which the student in the case history succeeded in performing the behavior, participants held a more positive view

on their own ability to cut down their use of the internet and they were more inclined to use the internet sparingly. After reading the version in which the student in the case history failed to perform the behavior, participants held a more negative view of the ability to stop using the internet excessively and they were less inclined to perform the behavior propagated.

1. Inleiding

Het volgende fragment is afkomstig uit een Nederlandse folder (“Ben jij sterker dan drank? Rij ALCOHOLVRIJ” Uitgever: 3VO Verenigde VerkeersVeiligheid Organisaties) gericht op het terugdringen van het gebruik van alcohol in het verkeer:

Iemand die alles weet van de slechte combinatie van alcohol en verkeer is Niels. Het was op een zaterdagavond. Hij zou die avond met zijn vriendin en nog twee vrienden uitgaan. Voordat ze weggingen had hij al een paar biertjes op. . . . ‘Maar met mijn vriendin liep het slechter af. Zij zat op de passagiersstoel. Ja, ze leeft nog wel. Maar ze is vanaf haar middel verlamd en zal de rest van haar leven in een rolstoel zitten.’

In dit fragment wordt gebruik gemaakt van een *fear appeal*: men probeert mensen te overtuigen van de onwenselijkheid van alcohol in het verkeer door ze bang te maken met de negatieve gevolgen die dat kan hebben. De fear appeal is een veel gehanteerde strategie in gezondheidsvoorlichting. Zo wijst men op de kans dat men longkanker krijgt als gevolg van roken, ernstige verkeersongevallen veroorzaakt als gevolg van te hard rijden en een seksueel overdraagbare aandoening oploopt als gevolg van onveilig vrijen. De onwenselijkheid van deze gevolgen moet de doelgroep dermate veel angst aanjagen dat ze het gewraakte gedrag (roken, te hard rijden, onveilig vrijen) inruilt voor het veiliger alternatief.

Het appelleren aan angsten van mensen lijkt een logisch en effectief middel om mensen aan te zetten tot het gewenste gedrag. Hoe dat proces in zijn werk gaat en aan welke voorwaarden een effectieve fear appeal moet voldoen komt aan de orde in de volgende paragraaf als het Extended Parallel Processing Model (EPPM) van Witte (1992; 1998) wordt besproken. Vervolgens wordt kort het empirisch onderzoek naar de effectiviteit van *fear appeals* besproken. Twee factoren lijken daarbij van belang: de mate waarin de fear appeal daadwerkelijk angst aanjaagt en de mate waarin de doelgroep een reële en uitvoerbare oplossing wordt geboden om het onheil te voorkomen.

Vervolgens komen de mogelijke effecten van het gebruik van een voorbeeldgeschiedenis aan de orde. In het bovenstaande fragment vormt het verhaal van Niels en zijn vriendin die voorbeeldgeschiedenis. Het gebruik van dergelijke verhalen kan invloed hebben op de mate waarin de boodschap angst aanjaagt. Het maakt de onwenselijke gevolgen immers zeer concreet. Tegelijkertijd beïnvloedt

de voorbeeldgeschiedenis onder bepaalde omstandigheden wellicht ook de mate waarin de aangedragen oplossing als uitvoerbaar wordt gezien. In dit artikel wordt verslag gedaan van een experiment waarin de invloed van een voorbeeldgeschiedenis op deze percepties wordt onderzocht.

1.1 Een model voor de werking van *fear appeals*

Voor de bespreking van het Extended Parallel Processing Model gaan we uit van de presentatie van het model in Witte (1998). Fear appeals zijn boodschappen die angst moeten oproepen bij de doelgroep van de boodschap. Witte onderscheidt twee evaluatiefasen in de verwerking van de boodschap. In de eerste fase evalueren lezers de ernst van de bedreiging (bijvoorbeeld: Hoe ernstig is huidkanker?) en de waarschijnlijkheid dat ze zelf het slachtoffer worden van deze bedreiging (bijvoorbeeld: hoe waarschijnlijk is het dat ik huidkanker krijg?). De eerste factor wordt *perceived severity* genoemd, de tweede *perceived susceptibility*. Deze evaluatiefase leidt tot een (subjectieve) inschatting van de dreiging (*perceived threat*). Als men het idee heeft dat de aandoening niet ernstig is (bijvoorbeeld: huidkanker is goed en gemakkelijk te genezen) of dat men nauwelijks risico loopt om de aandoening op te lopen (bijvoorbeeld: ik verbrand bijna nooit als ik ga zonnen), dan is de ingeschatte dreiging laag. Lezers zullen de boodschap dan als niet relevant beschouwen, hem verder negeren en hun gedrag niet aanpassen. Achten ze de geschetste gevolgen echter wel ernstig en het oplopen van de aandoening zeer wel mogelijk, dan is de ingeschatte dreiging hoog. De lezers gaan dan verder met de tweede evaluatiefase.

In de tweede evaluatiefase vormen lezers zich een oordeel over de mate waarin ze de voorgestelde oplossing doeltreffend vinden. Ook deze inschatting is gebaseerd op twee factoren. In de eerste plaats stellen ze zich de vraag of de voorgestelde oplossing inderdaad het optreden van het ongewenste gevolg kan voorkomen (bijvoorbeeld: leidt het gebruik van een zonnebrandmiddel met een hoge beschermingsfactor tot het voorkomen van huidkanker?). In de tweede plaats vragen ze zich af of ze in staat zijn om de voorgestelde oplossing uit te voeren (bijvoorbeeld: zal ik me consequent insmeren met een zonnebrandmiddel wanneer ik ga zonnen?). De eerste factor wordt *perceived response efficacy* genoemd, de tweede *perceived self efficacy*. De combinatie van beide inzichten leidt tot de subjectieve inschatting van de doeltreffendheid van de voorgestelde oplossing (*perceived efficacy*). Deze doeltreffendheid heeft betrekking op de effectiviteit, uitvoerbaarheid en het gemak waarmee men de voorgestelde oplossing kan uitvoeren.

Wat gebeurt er volgens het EPPM bij lezers van een *fear appeal*? In de eerste plaats maken zij een inschatting van de dreiging waarover wordt gesproken. Zoals gezegd, als men die dreiging als onwaarschijnlijk (lage *perceived susceptibility*) en/of onbeduidend (lage *perceived severity*) ervaart, dan besteden ze verder geen

aandacht meer aan de boodschap en volharden in hun huidig gedrag. Vindt men de dreiging echter reëel en ernstig, dan maakt men een inschatting van de doeltreffendheid van de voorgestelde oplossing. Afhankelijk van deze laatste inschatting, wordt een ander proces opgeroepen. Als men namelijk de voorgestelde oplossing als effectief en uitvoerbaar inschat, dan neemt men de in de boodschap voorgestelde gedragsverandering over om zo het gevaar af te wenden. Deze reactie wordt *danger control* genoemd in het EPPM en leidt tot acceptatie van de boodschap. Acht men echter de voorgestelde oplossing niet effectief en/of moeilijk uitvoerbaar, dan zal men de boodschap negeren, de ernst van de gevolgen ontkennen en de boodschap als overdreven of manipulatief bestempelen. De boodschap roept dan namelijk angst voor het optreden van een ongewenst gevolg op, een ongewenst gevolg dat ook nog onvermijdelijk lijkt. Om de angstgevoelens te laten verdwijnen, probeert men de ernst van de situatie te bagatelliseren. Deze reactie wordt *fear control* genoemd in het EPPM en leidt tot verwerping van de boodschap.

Volgens het EPPM kan een voorlichtingsboodschap met daarin een *fear appeal* drie reacties oproepen:

1. de boodschap kan *genegeerd* worden omdat hij onvoldoende angst oproept,
2. de boodschap kan *geaccepteerd* worden omdat hij behalve voldoende angst ook een reële oplossing biedt,
3. de boodschap kan *verworpen* worden omdat hij weliswaar voldoende angst oproept maar in de ogen van de lezers geen doeltreffende oplossing biedt.

Welke reactie wordt opgeroepen, hangt dus zowel af van de mate waarin de boodschap erin slaagt angst op te roepen als de mate waarin de boodschap erin slaagt een, in de ogen van de lezers, realistische oplossing te bieden.

Er is al veel onderzoek gedaan naar de effectiviteit van fear appeals. Witte (1998) geeft een overzicht van een twintigtal (deels ongepubliceerde) studies waarin de voorspellingen van het EPPM worden getoetst. Daarbij komen verschillende vormen van ongewenst gedrag aan de orde die zijn voorgelegd aan proefpersonen uit verschillende populaties. De resultaten van het merendeel van deze studies komen overeen met de voorspellingen van het EPPM. Ze laten in meerderheid namelijk zien dat een angstaanjagender boodschap alleen dan overtuigender is als er ook een reële en uitvoerbare maatregel ter voorkoming van het onheil wordt geschetst.

Het overzicht van Witte is een narratief overzicht in de zin dat het de resultaten van elk afzonderlijk onderzoek interpreteert in het perspectief van het EPPM. Een methodologisch meer stringente analyse van deze onderzoeken wordt gevormd door een meta-analyse. In een meta-analyse worden de resultaten van de verschillende onderzoeken (statistisch) gecompileerd zodat het mogelijk wordt om een betrouwbaarder beeld van de mogelijke effecten van boodschapkenmerken te schetsen (Hamilton & Hunter, 1998; O'Keefe, 2002: 177). Mongeau (1998) presenteert een meta-analyse van 45 onderzoeken waarin de effectiviteit van fear

appeals is onderzocht. In 41 onderzoeken was de onderzochte boodschap te kenmerken als een vorm van gezondheidsvoorlichting. Hij sluit zijn overzicht af met de conclusie dat “fear appeals should highlight the threat and the recommended means of avoiding the threat” (Mongeau, 1998: 66). Witte en Allen (2000) komen in hun meta-analyse tot dezelfde conclusie.

Op basis van deze meta-analyses kan worden geconcludeerd dat er twee factoren van belang zijn voor de effectiviteit van een fear appeal: de mate waarin de boodschap angst aanjaagt én de mate waarin er een reële en uitvoerbare maatregel bestaat om het onheil af te wenden. In het volgende gedeelte wordt besproken in hoeverre een bepaald boodschapkenmerk, de voorbeeldgeschiedenis de perceptie van zowel de angstaanjagendheid van de dreiging als de uitvoerbaarheid van de oplossing kan beïnvloeden.

1.2 Voorbeeldgeschiedenissen in angstaanjagende boodschappen

In veel vormen van massacommunicatie komen exemplars voor (zie voor een uitgebreid overzicht: Zillmann & Brosius, 2000). Exemplars zijn relatief korte voorbeeldgeschiedenissen waarin aan de hand van de belevenissen van een (fictief of reëel) persoon een meer algemeen verschijnsel wordt geïllustreerd. In de journalistiek worden voorbeeldgeschiedenissen veel gebruikt om maatschappelijke verschijnselen tastbaar en concreet te maken. Zo worden reportages over de verpaupering van bepaalde wijken of de gevolgen van de dalende beurskoersen voor de financiële situatie van gepensioneerden verlevendigd met korte beschrijvingen van respectievelijk een bewoner die al jarenlang in die wijk heeft gewoond of van een gepensioneerde die plotseling veel minder te besteden heeft.

De verlevendiging die een voorbeeldgeschiedenis met zich meebrengt, maakt het een interessant middel voor het ontwerp van persuasieve boodschappen. Braet (2001: 151) noemt met name fondswerving voor goede doelen en gezondheidsvoorlichting als vormen van persuasieve communicatie waarbij dergelijke voorbeeldgeschiedenissen worden ingezet. Kenmerkend voor dergelijke geschiedenissen vindt hij “een verhaaltje dat wordt opgehangen aan een individu, meestal voorzien van naam en foto. Er worden details verstrekt over de problematische situatie waarin het individu zich bevindt” (Braet, 2001: 151). Braet veronderstelt dat voorbeeldgeschiedenissen vooral geschikt zijn om de onwenselijkheid van de gevolgen te benadrukken. Zo zou het verhaal van Niels en zijn vriendin over de gevolgen van alcohol in het verkeer meer angst oproepen door het concreet maken van de ernstige gevolgen die deze combinatie kan hebben.

Volgens het EPPM leidt het oproepen van meer angst niet altijd tot een overtuigender boodschap. Als de doelgroep de ernst van de gevolgen onderschrijft, maar de effectiviteit of de uitvoerbaarheid van de voorgestelde oplossing laag inschat, leidt het verhogen van de angst alleen maar tot het negeren of verwerpen van de boodschap (*fear control*). Dat kan met name het geval zijn bij verslavings-

gedrag zoals roken, overmatig alcohol- of drugsgebruik. Mensen die dergelijk gedrag vertonen, zijn over het algemeen bekend met de onwenselijke gevolgen van dat gedrag, weten dat het voorgestelde gedrag (stoppen) effectief is, maar voelen zich niet in staat om dat gedrag ook daadwerkelijk uit te voeren. Het nog meer angst aanjagen van deze mensen heeft waarschijnlijk geen, of zelfs een tegengesteld effect op de overtuigingskracht van de boodschap; volgens het EPPM zou het positief beïnvloeden van de uitvoerbaarheidsperceptie wel tot een overtuigender boodschap kunnen leiden.

De vraag is of de voorbeeldgeschiedenis ook een rol kan spelen bij de perceptie van de uitvoerbaarheid van de oplossing. In een typisch geval illustreert de voorbeeldgeschiedenis welke (onwenselijke) gevolgen het niet (kunnen) vertonen van het gepropageerde gedrag heeft, bijvoorbeeld blijvende invaliditeit als gevolg van het gebruik van alcohol in het verkeer. Het is echter ook mogelijk om een voorbeeldgeschiedenis te formuleren waarin de persoon er wel in slaagt om het gepropageerde gedrag te vertonen. Volgens O'Keefe (2002: 118) kan zo'n voorbeeld de perceptie van de uitvoerbaarheid van het gedrag verhogen "by receivers reasoning that 'if they can do it, I can do it'." Onderzoek van Hoeken (1999) en Hustinx en Hoeken (2000) laat zien dat voorbeeldgeschiedenissen al snel als representatief voor de gehele groep worden gezien. Dat wil zeggen dat lezers na het lezen van een voorbeeldgeschiedenis waarin de persoon erin slaagt het gepropageerde gedrag te vertonen, meer geneigd zouden zijn om te veronderstellen dat iedereen dat gedrag kan vertonen. Voorbeeldgeschiedenissen kunnen dus invloed uitoefenen op zowel de mate waarin de boodschap angst oproept als de mate waarin de voorgestelde oplossing uitvoerbaar lijkt.

1.3 De onderzoeksvragen

Volgens het EPPM wordt de effectiviteit van een fear appeal bepaald door de mate waarin de boodschap daadwerkelijk angst aanjaagt én de mate waarin de voorgestelde oplossing om het onheil af te weren effectief en uitvoerbaar is. Voorbeeldgeschiedenissen kunnen zowel de perceptie van de onwenselijkheid van de gevolgen als de perceptie van de uitvoerbaarheid van de oplossing beïnvloeden. Dit leidt tot de volgende onderzoeksvragen:

1. Leidt een voorbeeldgeschiedenis waarbij de persoon de nadelige consequenties ondervindt van het ongewenste gedrag tot meer angst én een negatievere perceptie van de uitvoerbaarheid van de voorgestelde oplossing?
2. Leidt een voorbeeldgeschiedenis waarbij de persoon erin slaagt de nadelige consequenties te voorkomen door het uitvoeren van het gepropageerde gedrag, tot minder angst én een positievere perceptie van de uitvoerbaarheid van de voorgestelde oplossing?

Het EPPM voorspelt dat als lezers al overtuigd zijn van de negatieve gevolgen van het gedrag maar twijfelen aan de uitvoerbaarheid van de oplossing, zij geneigd

zullen zijn de boodschap te bagatelliseren en hun gedrag niet aan te passen. Dit leidt tot de volgende onderzoeksvragen:

3. Leidt een voorbeeldgeschiedenis waarbij de persoon de nadelige consequenties ondervindt van het ongewenste gedrag tot het bagatelliseren van de boodschap en het verwerpen van de boodschap?
4. Leidt een voorbeeldgeschiedenis waarbij de persoon erin slaagt de nadelige consequenties te voorkomen door het uitvoeren van het gepropageerde gedrag tot het accepteren van de boodschap?

Om deze onderzoeksvragen te beantwoorden is een experiment uitgevoerd. In de volgende paragrafen komen de opzet en de resultaten van dat experiment aan de orde.

2. Methode

2.1 Materiaal

In het experiment kregen proefpersonen een voorlichtingsboodschap voorgelegd waarbij werd gewezen op de gevaren van internetverslaving. Het gaat hierbij om een vorm van verslaving waarvan de proefpersonen, alle studenten, het slachtoffer kunnen worden. Daarnaast gaat het om een relatief nieuwe vorm van verslaving waarover de proefpersonen zich waarschijnlijk minder een mening hadden gevormd dan bij meer bekende verslavingen als roken en gokken.

De voorlichtingsboodschap bevatte een voorbeeldgeschiedenis van een studente die aan internetgebruik verslaafd was geraakt. De boodschap bestond uit twee pagina's. De eerste pagina bevatte in beide versies dezelfde informatie. Onder de kop "Internetverslaving... Een nieuw gevaar?" volgden drie alinea's met informatie over de aard van de verslaving, de vergelijkbaarheid met andere verslavingen en de stelling dat studenten een belangrijke risicogroep vormen. Deze alinea werd afgesloten met: "net als Noor:".

Op de tweede pagina volgde de voorbeeldgeschiedenis van de (fictieve) studente Communicatiewetenschap Noortje Gerritsen. Daarbij was ook een foto geplaatst van een vrouwelijke studente. De daaropvolgende tekst stond tussen aanhalingstekens zodat het leek alsof deze studente zelf aan het woord was. De eerste vier alinea's van de tekst waren in beide versies hetzelfde. In de eerste alinea beschrijft Noortje haar kennismaking met het internet door de opdrachten die ze voor haar studie moet uitvoeren. In de tweede alinea beschrijft ze hoe ze steeds vaker urenlange dwaaltochten op het internet maakte en steeds minder tijd besteedde aan sociale activiteiten. In de derde alinea komen de eerste lichamelijke klachten aan de orde, de waarschuwing van haar huisarts dat ze haar internetgebruik moet beperken en de ervaring dat haar dat niet lukt. In de vierde alinea staat de ernstige studieachterstand die ze heeft opgelopen centraal. Pas in de

vijfde en zesde alinea verschillen de twee versies van elkaar. In Tabel 1 staan hieronder de verschillen tussen de twee versies:

Tabel 1

Niet in staat te stoppen	Wel in staat te stoppen
<p>Natuurlijk schrok ik enorm. Ik besepte dat ik mijzelf, mijn vrienden en mijn studie ernstig had verwaarloosd en dat ik onherroepelijk in de problemen zou komen als ik niet snel iets veranderde. En toch; ondanks dit besef bleek ik ook nu niet in staat mijn gedrag wezenlijk te veranderen. Na een tijdje leken de waarschuwingen te vervagen en viel ik weer terug in mijn oude patroon. Internet bleef een onweerstaanbare aantrekkingskracht op me uitoefenen; met alle gevolgen van dien.</p> <p>Inmiddels heb ik me uitgeschreven bij de universiteit. Mijn studieachterstand is inmiddels van een dergelijke omvang dat het niet langer reëel is om te denken dat ik mijn studie zou kunnen afmaken. Bovendien heb ik inmiddels zo'n last van mijn nek en schouders dat schrijven en studeren onmogelijk lijkt. Wat ik nu ga doen? Ik heb eerlijk gezegd geen idee. Mijn toekomst is onzeker; mijn leven ligt overhoop...</p>	<p>Natuurlijk schrok ik enorm en realiseerde me pas op dat moment de ernst van de situatie. Ik besepte dat ik mijzelf, mijn vrienden en mijn studie ernstig had verwaarloosd en dat ik onherroepelijk in de problemen zou komen als ik niet snel iets veranderde. De waarschuwing van de studieadviseur schudde me wakker en dwong me te erkennen dat mijn eigen internetgedrag gevaarlijk was en veel nadelen opleverde. Pas toen ik dit erkende vond ik de kracht om mijn eigen gedrag drastisch te veranderen. Vanaf dat moment heb ik mijn online-uren drastisch verminderd.</p> <p>Nu maak ik met mate gebruik van internet; zoals het hoort. Het gaat nu goed met me; geen last van lichamelijke klachten meer en hard op weg mijn studie af te ronden. Godzijdank ben ik op tijd gestopt...</p>

2.2 Proefpersonen

Er namen 149 proefpersonen deel aan het onderzoek. Het aantal vrouwen (124) lag beduidend hoger dan het aantal mannen (25). De gemiddelde leeftijd van de proefpersonen varieerde van 18 tot 32 jaar, met als gemiddelde: 20,52 jaar. Alle proefpersonen waren studenten aan de Letterenfaculteit van de Universiteit van Nijmegen. Ze kregen willekeurig één van de versies van de voorlichtingsboodschap te lezen.

2.3 Instrumentatie

Na lezing van de voorlichtingstekst vulden proefpersonen een vragenlijst in. Voor de beantwoording van de onderzoeksvraag waren de belangrijkste afhankelijke variabelen (1) de acceptatie van de boodschap, (2) de mate waarin men de geschetste gevolgen van internetverslaving als ernstig ("perceived severity") én (3) waarschijnlijk ("perceived susceptibility") beschouwt, (4) de mate waarin men zichzelf in staat acht om de geschetste oplossing uit te voeren ("self-efficacy") en (5) de mate waarin men de boodschap bagatelliseert. Daarnaast zijn er nog enkele

controlevragen gesteld. Hieronder worden de afhankelijke variabelen in meer detail besproken. Bij de keuze en formulering van de vragen hebben wij ons sterk laten leiden door de vragen zoals die zijn gehanteerd in het onderzoek van McMahan, Meyer en Witte (1998).

Acceptatie van de boodschap

De acceptatie van de boodschap werd geoperationaliseerd als de intentie om het eigen internetgedrag aan te passen. Deze intentie werd bevraagd met behulp van drie items die werden voorafgegaan door de zin “Na het lezen van deze tekst ben ik van plan:”. De items luiden als volgt: “minder vaak te internetten”, “minder lang online te blijven” en “voortaan alleen nog maar met een functioneel doel te internetten”. Na elke stelling gaven de proefpersonen aan in welke mate ze het eens waren met de stelling op een vijfpuntsschaal lopend van “zeer mee eens” tot “zeer mee oneens”. De betrouwbaarheid van de schaal is adequaat (Cronbach’s $\alpha = .79$).

Waargenomen ernst

De waargenomen ernst van de gevolgen werd gemeten met behulp van drie semantische differentialen die werden voorafgegaan door de zin “De beschreven gevaren van overmatig internetgebruik zijn”. Aan de polen van de vijfpuntsschalen stond respectievelijk “angstaanjagend – niet angstaanjagend”, “ernstig – niet ernstig” en “relevant – niet relevant”. Deze drie items leverden geen betrouwbare schaal op (Cronbach’s $\alpha = .58$). De resultaten worden daarom afzonderlijk gerapporteerd.

Waargenomen vatbaarheid

De mate waarin het optreden van de geschetste gevolgen van internetverslaving als waarschijnlijk werd beoordeeld, werd gemeten met behulp van drie Likert-items. De formulering van de drie items luidde: “Een internetverslaving kan je in een sociaal isolement brengen, een internetverslaving kan zorgen voor lichamelijke klachten en een internetverslaving kan een bedreiging zijn voor de voortgang van je studie”. Na elk item gaven de proefpersonen op een vijfpuntsschaal lopend van “waarschijnlijk” tot “onwaarschijnlijk” aan in welke mate ze het eens waren met de stelling. De betrouwbaarheid van de resulterende schaal was adequaat (Cronbach’s $\alpha = .79$).

Eigen-effectiviteit

De mate waarin men zichzelf in staat acht om een internetverslaving te doorbreken werd gemeten met behulp van twee items. Bij één van die items werd expliciet

gevraagd naar de mate waarin men zichzelf in staat achtte om te stoppen met (te) veel internetten (Het is moeilijk, voor mij, om vanaf morgen minder te internetten), het andere item was meer algemeen van aard: het is makkelijk maatregelen te treffen waardoor je problemen door internetgebruik voorkomt. De twee items vormden geen betrouwbare schaal (Cronbach's $\alpha = .54$) en worden daarom afzonderlijk gerapporteerd.

Bagatelliseren van de boodschap

De mate waarin proefpersonen de boodschap bagatelliseerden werd gemeten met behulp van vier vijfpunts semantische differentiaal. Eén van deze semantische differentialen werd voorafgegaan door de zin “De beschreven gevaren van overmatig internetgebruik zijn” en had als polen “overdreven – niet overdreven”. De andere drie werden voorafgegaan door de zin “Ik vind deze voorlichtingstekst” en hadden als polen “manipulatief – niet manipulatief”, “misleidend – niet misleidend” en “irritant – niet irritant”. De betrouwbaarheid van de resulterende schaal was adequaat (Cronbach's $\alpha = .79$).

Daarnaast werden vragen gesteld over de mate waarin men zelf gebruik maakte van het internet, de mate waarin men het eigen internetgedrag als gevaarlijk beschouwde en de mate waarin anderen in de directe omgeving van de proefpersoon zijn of haar internetgedrag als gevaarlijk beschouwden.

2.4 Procedure

Het experiment werd tijdens twee verschillende hoorcolleges afgenomen. De proefleider introduceerde het onderzoek als een onderzoek naar de wijze waarop jongeren (specifiek studenten) omgaan met het internet. De afname nam gemiddeld acht minuten in beslag. Na afloop van de sessie gaf de onderzoekster informatie over het doel en de opzet van het onderzoek en beantwoordde eventuele vragen.

3. Resultaten

De eerste twee onderzoeksvragen hadden betrekking op het effect dat de aard van de voorbeeldgeschiedenis had op de mate waarin de boodschap angst oproept en de mate waarin met het gepropageerde gedrag (minder internetten) uitvoerbaar acht. Tabel 2 bevat de resultaten voor de waargenomen ernst, waargenomen vatbaarheid en eigen effectiviteit als functie van de aard van de voorbeeldgeschiedenis (studente was wel of niet in staat minder te internetten).

Tabel 2

De gemiddelde scores en standaarddeviaties voor de waargenomen ernst, vatbaarheid en eigen-effectiviteit als functie van de aard van de

voorbeeldgeschiedenis: wel of niet in staat om te stoppen met internetten (1 = niet ernstig, onwaarschijnlijk en lage eigen-effectiviteit, 5 = ernstig, waarschijnlijk en hoge eigen-effectiviteit)

	Persoon in voorbeeldgeschiedenis in staat tot stoppen?			
	Niet in staat	Wel in staat	z-score	p-waarde
Waargenomen ernst: gevolgen				
Angstaanjagend	3,36 (1,10)	3,43 (1,03)	0,59	,60
Ernstig	4,01 (0,79)	4,19 (0,56)	1,19	,23
Relevant	3,49 (1,05)	3,97 (0,90)	3,15	< ,01
Waargenomen waarschijnlijkheid	3,94 (0,87)	4,55 (0,54)	4,84	< ,001
Eigen-effectiviteit				
Zelf in staat tot minderen	3,27 (1,26)	3,69 (1,29)	2,17	< ,05
Mensen in het algemeen	2,84 (1,03)	3,52 (0,98)	4,01	< ,001

In de versie waarin het personage er niet in slaagt haar internetgebruik te beperken, traden de negatieve gevolgen daadwerkelijk op. Op basis daarvan zou men het optreden van deze gevolgen als waarschijnlijker kunnen beoordelen en ze wellicht ook als ernstiger beschouwen. Statistische toetsing met behulp van de Mann-Whitney U test¹ liet echter zien dat de aard van de voorbeeldgeschiedenis geen invloed had op de mate waarin men de geschetste gevolgen angstaanjagend en ernstig vond. Men beoordeelde deze gevolgen zelfs als minder relevant en minder waarschijnlijk in vergelijking met de proefpersonen die de versie lazen waarin het personage er wel in slaagde haar internetgebruik te verminderen.

De versie waarin het personage er wel in slaagt haar internetgedrag aan te passen zou tot een hogere eigen-effectiviteitsbeoordeling kunnen leiden. Dat bleek ook het geval. Zowel voor de inschatting van de eigen mogelijkheden om het internetgebruik te verminderen als voor de algemene inschatting dat zoiets tot de mogelijkheden behoort, leidde lezing van de versie waarin het personage er wel in slaagt haar internetgebruik te beperken tot een positievere perceptie van de eigen-effectiviteit in vergelijking met de versie waarin het personage er niet in slaagt dat gedrag aan te passen.

De derde en vierde onderzoeksvraag hadden betrekking op de invloed die de aard van de voorbeeldgeschiedenis had op de acceptatie van de boodschap en de mate waarin men de boodschap trachtte te bagatelliseren. Tabel 3 bevat daarvoor de relevante gegevens.

Tabel 3

De gemiddelde scores en standaarddeviaties voor de intentie om het internetgebruik te verminderen en de mate waarin men de boodschap tracht te bagatelliseren als functie van de aard van de voorbeeldgeschiedenis: wel of niet in staat om te stoppen met internetten (1 = negatieve intentie, niet bagatelliseren, 5 = positieve intentie, wel bagatelliseren)

	Persoon in voorbeeldgeschiedenis in staat tot stoppen?		z-score	p-waarde
	Niet in staat	Wel in staat		
Intentie	1,91 (0,79)	2,20 (0,91)	2,01	< ,05
Bagatelliseren boodschap	3,16 (0,81)	2,25 (0,67)	6,53	< ,001

Statistische toetsing met behulp van de Mann-Whitney U test laat zien dat de versie waarin het personage er wel in slaagt om haar internetgebruik af te bouwen leidt tot een positievere intentie om het eigen internetgedrag aan te passen en tot een lagere neiging om de boodschap te bagatelliseren in vergelijking met de versie waarin het personage er niet in slaagt om haar internetgebruik af te bouwen.

4. Conclusie

In gezondheidsvoorlichting wordt relatief vaak gebruik gemaakt van fear appeals. Eerder onderzoek lijkt uit te wijzen dat de effectiviteit van fear appeals niet alleen afhangt van de mate waarin de boodschap daadwerkelijk angst aanjaagt, maar ook van de mate waarin men een effectieve en uitvoerbare maatregel ter voorkoming van de ongewenste gevolgen presenteert. De ernst van de gevolgen wordt in gezondheidsvoorlichting regelmatig onderstreept door een voorbeeldgeschiedenis: de ernst van de gevolgen wordt dan geïllustreerd aan de hand van de ervaringen van een persoon die deze daadwerkelijk heeft ondergaan. Voorbeeldgeschiedenissen zouden dan vooral dienen ter verhoging van de angst die de doelgroep wordt aangejaagd. Voorbeeldgeschiedenissen kunnen echter mogelijk ook de eigen-effectiviteitsperceptie beïnvloeden. Door in de fear appeal een voorbeeld te geven van een persoon die erin slaagt om de voorgestelde oplossing uit te voeren, kan de doelgroep er meer vertrouwen in krijgen dat ook zij de voorgestelde oplossing uit kunnen voeren.

Voorbeeldgeschiedenissen kunnen dus zowel invloed uitoefenen op de mate waarin een fear appeal angstaanjagend is als op de mate waarin de voorgestelde oplossing uitvoerbaar lijkt. Het één lijkt echter ten koste te gaan van het ander: als de voorbeeldgeschiedenis vooral de onwenselijkheid van de gevolgen moet illustreren, dan gaat het om iemand die er niet in is geslaagd het gepropageerde gedrag uit te voeren. Als daarentegen de voorbeeldgeschiedenis dient om de uitvoerbaarheid van de oplossing te benadrukken, dan zullen de ongewenste

gevolgen niet optreden. In het eerste geval zorgt de voorbeeldgeschiedenis vooral voor meer angst, in het tweede geval voor een positievere perceptie van de uitvoerbaarheid van de voorgestelde oplossing.

In het hier beschreven onderzoek werden de lezers gewaarschuwd voor een relatief nieuwe bedreiging voor hun gezondheid, namelijk internetverslaving. Deze verslaving kan ernstige gevolgen hebben voor iemands fysieke gezondheid, sociale contacten en studie- of werkprestaties. De voorlichtingsboodschap bevatte een voorbeeldgeschiedenis waarbij in de ene versie het personage er wel in slaagde om haar internetverslaving te doorbreken maar in de andere versie niet. De eerste twee onderzoeksvragen hadden betrekking op de vraag wat dit verschil voor gevolgen zou hebben voor respectievelijk de mate waarin de boodschap angst aanjaagt en de mate waarin de voorgestelde oplossing (minder internetten) uitvoerbaar lijkt. Daarbij werd verondersteld dat lezing van de versie waarin het personage erin slaagde minder te internetten tot een hogere eigen-effectiviteitsperceptie zou leiden, maar minder angstaanjagend zou zijn in vergelijking met de versie waarin het personage er niet in slaagde haar internetgebruik te verminderen.

De resultaten komen hier deels mee overeen. Inderdaad achten lezers van de versie waarin het personage minder gaat internetten zichzelf maar ook anderen beter in staat om dat gewenste gedrag te vertonen dan de lezers van de andere versie. In tegenstelling tot de verwachting beoordelen ze de ernst van de gevolgen als even ernstig als de lezers van de versie waarin het personage er niet in slaagt haar internetgebruik te minderen. Sterker, deze laatste groep acht het minder waarschijnlijk dat internetgebruik tot deze consequenties leidt en beschouwt ze ook als minder relevant. De versie waarin het slecht afloopt met het personage in de voorbeeldgeschiedenis omdat de studente er niet in slaagt haar verslaving te doorbreken zou dus minder angst oproepen dan de versie waarin het personage daar wel in slaagt omdat lezers van de eerste versie de ongewenste gevolgen als minder waarschijnlijk en minder relevant beschouwen.

Dat laatste effect lijkt vreemd. Hoe kan een boodschap waarin een concreet geval wordt beschreven waarbij de ongewenste gevolgen zijn opgetreden leiden tot een lagere inschatting van de kans op het optreden van dergelijke gevolgen dan een boodschap met daarin een concreet geval waarbij de ongewenste gevolgen *niet* zijn opgetreden? De verklaring voor dit verschijnsel ligt waarschijnlijk in de fear control reactie van de proefpersonen. Als men de gevolgen onwenselijk acht én de oplossing niet uitvoerbaar, zou men de boodschap willen bagatelliseren om de angst weg te nemen (onderzoeksvraag 3). Dat blijkt inderdaad het geval te zijn. Lezers van de versie waarin de studente er niet in slaagt haar internetgebruik te verminderen zijn minder geneigd om hun internetgedrag aan te passen. Ook vinden ze de boodschap overdreven en misleidend. Die (bagatellisering-) reactie heeft hun oordeel over de waarschijnlijkheid negatief beïnvloed.² De vierde onderzoeksvraag had betrekking op de gevolgen van de versie waarin het personage er wel in slaagde haar internetgedrag te verminderen. Zoals voorspeld door het EPPM leidde

deze versie tot een positievere perceptie van de uitvoerbaarheid van het gepropageerde gedrag en tot een positievere intentie om dit gedrag uit te voeren.

De resultaten van het experiment ondersteunen de voorspellingen van het EPPM. Het verhogen van de eigen-effectiviteitsperceptie leidt tot een positievere intentie om het gedrag uit te voeren. Het verlagen van de eigen-effectiviteitsperceptie leidt tot een negatievere intentie om het gepropageerde gedrag uit te voeren en tot het bagatelliseren van de in de boodschap genoemde gevaren. Bovendien blijkt het mogelijk om die eigen-effectiviteitsperceptie te beïnvloeden met behulp van een voorbeeldgeschiedenis. Als het personage er wel in slaagt het gepropageerde gedrag uit te voeren, heeft dat een positieve invloed op die perceptie, slaagt het personage er niet in, dan heeft dat een negatieve invloed op de perceptie. De opzet van het experiment brengt echter ook beperkingen mee voor de reikwijdte van de conclusies. Deze beperkingen komen in de volgende paragraaf aan de orde.

Discussie

In het experiment is gebruik gemaakt van maar één thema: internetverslaving. Dit roept de vraag op in hoeverre de manipulatie van de voorbeeldgeschiedenis ook bij andere vormen van gezondheidsvoorlichting hetzelfde effect zou sorteren. Deze vraag is niet onmiddellijk instemmend te beantwoorden. In het onderzoek ging het om een vorm van verslaving. Bij een dergelijke vorm van ongezond gedrag ligt de oplossing voor de hand: stoppen met het ongezonde gedrag of het gedrag in elk geval minder vertonen. Maar juist doordat het om een verslaving gaat, achten mensen de oplossing moeilijk uitvoerbaar. In dergelijke omstandigheden heeft het verhogen van de eigen-effectiviteitsperceptie een positief effect op de acceptatie van de boodschap. Verhoging van de eigen-effectiviteitsperceptie zou veel minder effectief zijn in een situatie waarin de doelgroep de oplossing wel als uitvoerbaar ziet maar de ongewenste gevolgen van het huidige gedrag als relatief onbelangrijk beschouwt. In vervolgonderzoek zou het interessant zijn om deze zelfde manipulatie te onderzoeken maar nu bij een vorm van gedrag waarbij de risico's als minder groot en de voorgestelde oplossing als gemakkelijk uitvoerbaar wordt gezien (zoals het altijd insmeren met zonnebrandmiddel om huidkanker te voorkomen).

Zelfs de vraag of de hier gevonden effecten zouden optreden bij andere vormen van verslaving moet met "misschien" worden beantwoord. Internetverslaving is een relatief nieuwe vorm van verslaving. Van de proefpersonen gaf slechts 5,4% aan dat men het eigen internetgedrag als gevaarlijk bestempelde. De overgrote meerderheid beschouwt het eigen internetgedrag als ongevaarlijk en heeft dus ook geen ervaring met de problemen die afkicken van het internet met zich meebrengt. Door het gebrek aan eigen ervaring kan de voorbeeldgeschiedenis waarschijnlijk een groter effect sorteren op de eigen-effectiviteitsperceptie dan als de

proefpersonen wel zelf ervaring hadden gehad met de problemen die stoppen met zich meebrengt. In vervolgonderzoek zou het daarom interessant zijn om het effect van deze manipulatie te onderzoeken bij mensen die verslaafd zijn aan roken, alcohol of gokken en waarschijnlijk al wel pogingen gedaan hebben om hun verslaving te doorbreken.

De proefpersonen in dit onderzoek waren allen studenten. Zij zijn niet representatief voor de Nederlandse bevolking doordat ze jonger en hoger opgeleid zijn en meer ervaring hebben met het lezen van langere teksten. De vraag is of de gevonden effecten ook op zouden treden bij een meer gemêleerde steekproef. Toch heeft de keuze voor deze doelgroep ook positieve effecten. Juist studenten maken relatief veel gebruik van computers en het internet voor zowel hun studie als voor sociale activiteiten. Zij vormen dus bij uitstek een groep waarvoor internetverslaving een reëel gevaar is. De relevantie van de boodschap is voor hen dus groter dan voor de gemiddelde Nederlander.

Een andere beperking van het onderzoek wordt gevormd door de gemeten afhankelijke variabelen. Niet alle EPPM-componenten zijn gemeten. Zo is de “perceived response efficacy” niet gemeten omdat het voor de hand lag dat men de voorgestelde oplossing, minder internetten, inderdaad als een geschikte oplossing zag voor het probleemgedrag. Meer problematisch is het ontbreken van een maat voor de dreiging die de boodschap oproept (perceived threat). Deze waargenomen dreiging wordt volgens het model bepaald door de inschatting van de ernst van de consequenties en de waarschijnlijkheid dat die consequenties daadwerkelijk optreden. Deze twee componenten zijn wel gemeten maar het ware beter geweest om ook een algemene maat voor de door de boodschap opgeroepen dreiging in het onderzoek op te nemen. Dan had ook op dat niveau gecontroleerd kunnen worden of de boodschap waarin het personage er wél in slaagde haar internetgebruik te matigen meer angst oproep dan de versie waarin het personage daar niet in slaagde.

Ondanks de bovengenoemde beperkingen biedt het hier gerapporteerde onderzoek interessante inzichten over het relatieve belang van de eigen-effectiviteitsperceptie en de opgeroepen angst bij fear appeals en de wijze waarop voorbeeldgeschiedenissen daar invloed op kunnen uitoefenen. In het kader van Aids-voorlichting kunnen deze resultaten van belang zijn voor het stimuleren van gedrag dat de doelgroep moeilijk uitvoerbaar vindt (zoals het bespreekbaar maken van condoomgebruik en het laten testen op besmetting met HIV). De in de discussie genoemde beperkingen maken tevens duidelijk in welke richting vervolgonderzoek zich kan begeben.

KU Nijmegen

Bibliografie

- Braet, A.** 2001. Argumenteren met anekdoten. *Tijdschrift voor Taalbeheersing* 23 (2): 145-156.

- Hamilton, M.A. & J.E. Hunter.** 1998. A framework for understanding meta-analyses of the persuasion literature. In Allen, M. & R.W. Preiss (reds.). *Persuasion. Advances through meta-analysis*. Cresskill, NJ: Hampton, 1-28.
- Hoeken, H.** 1999. De 'eigen-schuld'-vuistregel in fondswervingbrieven voor het Aids Fonds. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 27 (1): 47-62.
- Hustinx, L. & H. Hoeken.** 2000. De eigen-schuldvuistregel en ernst van de aandoening bij fondswerving. *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, 22 (4): 309-323.
- McMahan, S., J. Meyer & K. Witte.** 1998. The perception of risk messages regarding electromagnetic fields: extending the extended parallel process model to an unknown risk. *Health Communication*, 10 (3): 247-259.
- Mongeau, P.A.** 1998. Another look at fear-arousing persuasive appeals. In Allen, M. & R.W. Preiss (reds.). *Persuasion. Advances through meta-analysis*. Cresskill, NJ: Hampton, 53-68.
- O'Keefe, D.J.** 2002. *Persuasion. Theory and Research (2nd Ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Witte, K.** 1992. Putting the fear back into fear appeals: The extended parallel process model. *Communication Monographs*, 59: 329-349.
- Witte, K.** 1998. Fear as motivator, fear as inhibitor: Using the extended parallel process model to explain fear appeal successes and failures. In Anderson, P.A. & L.K. Guerrero (reds.). *Handbook of communication and emotion: Research, theory, applications, and contexts*. San Diego, CA: Academic Press, 423-450.
- Witte, K. & M. Allen.** 2000. A meta-analysis of fear appeals: Implications for effective public health campaigns. *Health Education & Behavior*, 27: 591-615.
- Zillmann, D. & H.-B. Brosius,** 2000. Exemplification in communication: The influence of case reports on the perception of issues. Mahwah, NJ: Erlbaum.

Noten

- ¹ Er is gekozen om de resultaten te toetsen met behulp van de (non-parametrische) Mann-Whitney U test omdat de data van ordinaal meetniveau waren en er slechts één onafhankelijke variabele was. Toetsing met behulp van (parametrische) t-toetsen leverde dezelfde resultaten op.
- ² Deze conclusie wordt gestaafd door statistische toetsing. Voor zowel het waarschijnlijkheidsoordeel als de intentie trad een significant effect van versie op. Als de bagatelliseringsoordelen als co-variaat werden opgevoerd, dan werd in beide gevallen het effect van versie niet significant. Dit resultaat laat zien dat de invloed van de tekstversie gemedieerd wordt door het bagatelliseringsoordeel.