

De invloed van de voorbeeldgeschiedenis in een fondswervingbrief op de toepassing van de eigen-schuldvuistregel in Nederland en Vlaanderen

Hans Hoeken & Lettica Hustinx

Mensen kunnen hun reactie op een fondswervingbrief baseren op hun inschatting of degenen waarvoor de hulp bestemd is zelf schuld dragen aan hun problemen. Uit eerder onderzoek blijkt dat de schuldperceptie beïnvloed kan worden door het manipuleren van een voorbeeldgeschiedenis, maar dat dit alleen gevolgen heeft voor het geefgedrag bij minder ernstige aandoeningen. We hebben onderzocht in hoeverre cultuurverschillen op de dimensie masculiniteit-femininiteit de toepassing van de eigen-schuldvuistregel beïnvloeden. 109 Vlaamse en 112 Nederlandse proefpersonen ontvingen een fondswervingbrief waarin het personage in de voorbeeldgeschiedenis óf wel, óf geen verantwoordelijkheid droeg voor de problemen waarin hij verkeerde. Ongeacht de nationaliteit van de proefpersonen, had de manipulatie van de voorbeeldgeschiedenis invloed op de schuldperceptie van de groep hulpbehoevenden en op de mate waarin men positief reageerde op het verzoek om geld. Er werden geen aanwijzingen gevonden dat toepassing van de eigen-schuldvuistregel beïnvloed wordt door cultuurverschillen.

1 Inleiding

Fondswervingbrieven vormen een interessant thema van onderzoek. Met voornamelijk verbale middelen probeert de schrijver van dergelijke brieven de ontvangers aan te zetten tot het geven van geld. Die ontvangers hebben daar zelf weinig belang bij. Zij krijgen er immers niets (tastbaars) voor terug. In de volgende paragraaf wordt kort uiteengezet om welke redenen mensen dergelijk onzelfzuchtig gedrag kunnen vertonen. Daaruit blijkt dat mensen bij het maken van de keuze om wel of geen geld te doneren, gebruik kunnen maken van de zogenaamde eigen-schuldvuistregel. Resultaten van eerder onderzoek wijzen uit dat toepassing van deze vuistregel te beïnvloeden is door het gebruik van voorbeeldgeschiedenissen in de fondswervingbrief. Uit de bespreking van dat onderzoek volgt dat toepassing van de eigen-schuldvuistregel mogelijk cultuurbepaald is. Vervolgens worden de opzet en resultaten van een experiment beschreven waarin die mogelijkheid nader wordt onderzocht voor Nederland en Vlaanderen.

1.1 Hulpgedrag en de eigen-schuldvuistregel

Weiner (1980) heeft het attributie-emotie-handeling model ontwikkeld om menselijk hulpgedrag te verklaren. Dit model voorspelt hoe mensen zullen handelen als ze worden geconfronteerd met een verzoek om hulp. De eerste stap bestaat uit de schuld-vraag: wie of wat is verantwoordelijk voor de problemen waarin de hulpbehoevende verkeert (attributie). Afhankelijk van het antwoord op deze vraag, wordt een ander ge-

voel opgeroepen (emotie). Acht men de hulpbehoevende zelf verantwoordelijk voor de problemen waarin deze verkeert, dan roept dat boosheid op; houdt men de hulpbehoevende echter niet verantwoordelijk voor die problemen, dan krijgt men medelijden. De aard van de emotie bepaalt of men de hulpbehoevende hulp geeft of niet (handeling). Is men boos, geeft men geen hulp, krijgt men medelijden dan biedt men wel steun.

Weiner, Perry & Magnusson (1988) leveren evidentie voor de correctheid van dit model. In hun eerste experiment, werden proefpersonen geconfronteerd met een verzoek van iemand die in (gezondheids)problemen verkeerde. Dit kon een hartpatiënt zijn, iemand die besmet was met Aids of leed aan zwaarlijvigheid. Het hulpgedrag van de proefpersonen kon uitstekend worden voorspeld aan de hand van hun perceptie van de schuldvraag. Ging het om een aandoening waarvan men in het algemeen vond dat men daar zelf wat aan kon doen (bijvoorbeeld zwaarlijvigheid), dan was men niet bereid om deze persoon te steunen. Ging het daarentegen om een aandoening waarvoor de lijder geen verantwoordelijkheid droeg in de ogen van de proefpersoon, bijvoorbeeld een hartaandoening, dan was men wel bereid om hulp te bieden.

In een tweede experiment, lieten Weiner, Perry & Magnusson (1988) zien dat dit verschil in hulpgedrag echt werd veroorzaakt door de schuldvraag en niet door de aard van de aandoening. Opnieuw confronteerden ze proefpersonen met verzoeken om hulp van personen met verschillende aandoeningen maar nu werd ook informatie verstrekt over hoe men deze aandoening had opgelopen. Zo werd over de hartpatiënt verteld dat deze er een erg ongezonde leefwijze op na had gehouden en over de zwaarlijvige persoon dat deze leed aan een klierafwijking. Nu bleken de proefpersonen eerder bereid om de zwaarlijvige persoon hulp te bieden terwijl ze minder geneigd waren de hartpatiënt te ondersteunen. De schuldperceptie bepaalt dus in belangrijke mate of mensen ingaan op een verzoek om steun.

Ook uit ander onderzoek blijkt het belang van de schuldvraag. Sniderman, Brody & Tetlock (1991) laten zien dat het oordeel van de Amerikaanse kiezer over de wenselijkheid van positieve discriminatie van zwarte Amerikanen afhangt van de vraag of de kiezers vinden dat zwarte Amerikanen hun achterstandspositie aan zichzelf te danken hebben of dat ze daar geen verantwoordelijkheid voor dragen. Sniderman, Brody & Tetlock (1991) introduceren voor deze gedachtegang de 'eigen-schuldvuistregel' (desert heuristic). In de volgende paragraaf wordt onderzoek naar het gebruik van deze vuistregel in reactie op fondswervingbrieven besproken.

1.2 De eigen-schuldvuistregel en fondswervingbrieven: het belang van de voorbeeldgeschiedenis

Fondswervingbrieven zijn persuasieve teksten bij uitstek. Ze zijn gericht op het beïnvloeden van de attitude en, uiteindelijk, het gedrag van de lezers. Volgens de zogenaamde dual-process modellen (Elaboration Likelihood Model: Petty & Cacioppo, 1986; Heuristic Systematic Model: Chaiken, 1987), kunnen lezers hun oordeel over de aanvaardbaarheid van het in de brief gedane verzoek op twee manieren vormen. In de eerste plaats kan dat oordeel worden gebaseerd op een kritische en systematische verwerking van de argumenten die worden aangedragen voor de aanvaardbaarheid van het verzoek. Een dergelijke verwerking vereist echter veel cognitieve energie en de lezers moeten dan ook gemotiveerd én in staat zijn om de argumenten systematisch te verwerken. In de tweede plaats kunnen lezers hun oordeel vormen door het toepassen van heuristieken. Dit zijn vuistregels die zonder veel cognitieve energie toepasbaar zijn en toch een redelijke kans bieden op de vorming van een correct oordeel. Een goed voor-

beeld van een vuistregel is de deskundigheidvuistregel: als een deskundige het zegt, dan zal het wel zo zijn (zie voor een uitgebreide beschrijving Hoeken, 1998).

Bij het reageren op een fondswervingbrief ligt het voor de hand dat de lezers hun toevlucht nemen tot het toepassen van een vuistregel. Het gaat immers om een relatief klein bedrag zodat de motivatie om veel energie te steken in het nadenken over de argumenten waarschijnlijk laag is. Bovendien is met de eigen-schuldvuistregel een relevante vuistregel voorhanden om snel een oordeel te vormen over de aanvaardbaarheid van het verzoek om steun. In het onderzoek van Weiner, Petty & Magnusson (1988) ging het immers ook om verzoeken om hulp van mensen die in problemen verkeerden. Er is echter wel een belangrijk verschil tussen de verzoeken die de proefpersonen van Weiner, Perry & Magnusson (1998) kregen voorgelegd en het verzoek dat in een fondswervingbrief wordt gedaan. De proefpersonen werd hulp gevraagd voor één specifiek persoon; in fondswervingsbrieven, daarentegen, wordt voor een hele groep mensen steun gevraagd. Zo werft de Nederlandse Hartstichting geen fondsen voor één specifieke hartpatiënt, maar voor alle Nederlandse hartpatiënten.

Als er een verzoek om hulp komt voor een grote groep mensen, dan is de kans groot dat het oordeel over het wel of geen schuld dragen voor de problemen gebaseerd is op hun stereotype beeld van deze groep. Dat beeld is vaak opgeslagen in de vorm van een (al dan niet fictief) persoon die model staat voor de gehele groep (Sia, Lord, Blessum, Thomas & Lepper, 1999; Smith, 1998; Smith & Zarate, 1992). Dat model is gevoelig voor de context. Zo rapporteerden Coats & Smith (1999) dat hun proefpersonen een ander stereotype schetsten van dé Amerikaanse arbeider als ze vooraf werden herinnerd aan Archie Bunker uit de comedyserie 'All in the family', of aan Dan Connor uit de comedyserie 'Roseanne'.

Ook in fondswervingsbrieven lijkt te worden geprobeerd het stereotype beeld op een bepaalde manier in te vullen. Dat gebeurt met name met behulp van voorbeeldgeschiedenissen van personen die worden ondersteund door de fondswervende organisatie. De volgende voorbeeldgeschiedenis komt uit een fondswervingbrief van het Leger des Heils uit november 2002:

Sonja en David zijn gewone, alledaagse mensen. Ze hebben drie kinderen. Een gelukkig gezin? Ja, tot de oudste dochter overleed. Dit drama verwoestte uiteindelijk hun gezinsleven. David verwaarloosde zijn werk, Sonja zit ziek thuis en heeft geen werk meer. De inkomsten namen af en de schulden toe. De deurwaarder heeft diverse keren op de stoep gestaan met als gevolg dat David, Sonja en de kinderen daar ook stonden. Dakloos!

Het leger des Heils gelooft in de wilskracht en het vermogen van mensen. En daarom bieden wij mensen zoals Sonja, David en hun kinderen concrete hulp: een slaappleats, eten en geborgenheid.

Met dit voorbeeld van Sonja, David en hun kinderen schetst het Leger des Heils een beeld van de mensen waarvoor zij steun vragen. Mensen die ook nog de verantwoordelijkheid dragen voor kinderen en in de problemen zijn gekomen als gevolg van een traumatische gebeurtenis. In het midden wordt gelaten in hoeverre Sonja, David en hun kinderen representatief zijn voor alle (of zelfs maar een belangrijk deel van de) mensen die door het Leger des Heils worden geholpen. Die vraag is volgens Zillmann en Brosius (2000) voor het effect van minder belang. Uit hun overzicht blijkt dat voorbeeldgeschiedenissen een sterk effect hebben op de perceptie van de werkelijkheid, ongeacht of ze nu representatief zijn of in tegenspraak met cijfermateriaal.

De kracht van voorbeeldgeschiedenissen blijkt ook uit eerder onderzoek naar fondswervingbrieven. Hoeken (1999) rapporteert een experiment waarin de overtuigingskracht van verschillende versies van een fondswervingbrief voor het Aids Fonds werd onderzocht. Deze versies verschilden alleen wat betreft de voorbeeldgeschiedenis die erin was opgenomen. De manipulatie had betrekking op de wijze waarop het personage in de voorbeeldgeschiedenis met Aids besmet was geraakt. In de ene versie was dat het gevolg van onveilig vrijen met verschillende vriendinnen (eigen-schuldversie), in de andere versie het gevolg van de geheime affaire die de echtgenote van het personage had gehad (geen eigen-schuld). De manipulatie had gevolgen voor het beeld dat de proefpersonen zich vormden van de stereotype Aids-patiënt. Zo hield men Aids-patiënten in het algemeen meer verantwoordelijk voor hun besmetting na lezing van de versie waarin het personage onveilig had gevreeën met verschillende vriendinnen dan na lezing van de versie waarin het personage het slachtoffer was geworden van zijn overspelige echtgenote. De manipulatie had echter geen effect op de attitude ten opzichte van geld geven aan het Aids Fonds. Ongeacht de versie die men had gelezen was de attitude onverminderd zeer positief. De proefpersonen pasten dus blijkbaar niet de eigen-schuldvuistregel toe.

In een vervolgonderzoek stelden Hustinx & Hoeken (2000) de vraag of het toepassen van de eigen-schuldvuistregel afhangt van de ernst van de ziekte. Aids is een ongeneeslijke ziekte. De ernst van de aandoening kan dermate veel medelijden oproepen dat mensen geld geven ongeacht het antwoord op de schuldvraag. Hustinx & Hoeken (2000) ontwierpen fondswervingbrieven voor vier verschillende organisaties: het Aids Fonds, de Nederlandse Hartstichting, het Leger des Heils en de Stichting Obesitas. In de fondswervingbrieven werd geld gevraagd voor respectievelijk Aids-patiënten, mensen met een hartaandoening, dakloze alcoholisten en mensen met ernstig overgewicht. Van elke brief werden twee versies gemaakt die enkel verschilden in de wijze waarop het personage uit de voorbeeldgeschiedenis in de problemen was geraakt (vb. hartklachten als gevolg van een erfelijke aandoening of als gevolg van een ongezonde leefstijl). Elke proefpersoon las maar één fondswervingbrief. Voor elk van de organisaties gold dat de aard van de voorbeeldgeschiedenis invloed had op het stereotype beeld van de groep: na lezing van de 'onschuldige' versie werden hulpbehoevenden in het algemeen minder verantwoordelijk gehouden voor de problemen waarin ze verkeerden dan na lezing van de 'schuldige' versie. Alleen bij de Stichting Obesitas leidde lezing van de onschuldige versie tot een grotere bereidheid om geld te geven dan lezing van de schuldige versie. Bij de andere drie organisaties trad er geen effect op voor de overtuigingskracht. In de ogen van de proefpersonen kwamen deze organisaties ook op voor mensen die in ernstiger problemen verkeerden dan de (zwaarlijvige) mensen waarvoor de Stichting Obesitas fondsen wierf.

De resultaten van Hustinx en Hoeken (2000) suggereren dat mensen de eigen-schuldvuistregel toepassen voor minder ernstige gevallen. De resultaten lenen zich echter ook voor een alternatieve interpretatie. De stichting Obesitas was in vergelijking met de andere drie fondswervingorganisaties veel minder bekend. Wellicht dat de proefpersonen in hun reactie op de brieven van de meer bekende fondswervingorganisaties konden volstaan met het ophalen van een al bestaande attitude die gevormd is tijdens eerdere verzoeken van deze organisaties. Die mogelijkheid bestond niet in het geval van de Stichting Obesitas. Een alternatieve verklaring voor het gevonden effect zou dus kunnen luiden dat de eigen-schuldvuistregel alleen wordt toegepast als men wordt geconfronteerd met een verzoek om financiële steun van een nieuwe organisatie. Hoeken & Hustinx (2003) voerden een experiment uit om vast te stel-

len welke van deze verklaringen correct was. Ze ontwierpen daarbij fondswervingbrieven voor een minder ernstige aandoening (Astma) en een ernstige aandoening (Aids). Deze brieven waren afkomstig van bekende organisaties (Aids Fonds, Astma Fonds) of van organisaties waarvan expliciet werd gemeld dat ze pas onlangs waren opgericht (Stichting Aids, Stichting Astma). Daarnaast bevatte elke brief een voorbeeldgeschiedenis waarin een personage optrad dat schuldig of onschuldig was aan de eigen problemen. Uit de resultaten bleek opnieuw dat het beeld van de groep als geheel werd beïnvloed door de aard van de voorbeeldgeschiedenis. Na lezing van de onschuldige versie hield men Astma- en Aidspatiënten in het algemeen minder verantwoordelijk voor de problemen waarin deze mensen verkeerden dan na lezing van de schuldige versie. De bekendheid van de organisatie speelde geen rol, maar de aard van de aandoening wel. Na lezing van de 'onschuldige' voorbeeldgeschiedenis over de astmapatiënt waren de proefpersonen eerder bereid om geld te geven dan na lezing van de 'schuldige' voorbeeldgeschiedenis. Dit gold niet voor de fondswervingbrieven waarin men financiële steun vroeg voor Aids patiënten. De ernst van de aandoening waarvoor fondsen worden geworven, lijkt dan ook belangrijker dan bekendheid met de organisatie.

1.3 De onderzoeksvragen

In de voorgaande onderzoeken werd steeds aangenomen dat proefpersonen de eigen-schuldvuistregel zouden toepassen. Chaiken (1987) stelt dat een vuistregel beschikbaar, toegankelijk én relevant moet zijn, wil de vuistregel het overtuigingsproces kunnen beïnvloeden. Dat wil zeggen dat de vuistregel alleen wordt gebruikt als proefpersonen de vuistregel relevant vinden voor het nemen van de beslissing, de vuistregel kennen én er aan denken op het moment dat zij de beslissing moeten nemen. In de inleiding is al uitvoerig betoogd dat de eigen-schuldvuistregel relevant is in een fondswervingcontext. In hoeverre de proefpersonen de vuistregel echter kenden én eraan dachten toen ze reageerden op de fondswervingbrief is onduidelijk. De eerste onderzoeksvraag luidt dan ook:

Leidt het activeren van de eigen-schuldvuistregel tot een sterker effect van de manipulatie van de voorbeeldgeschiedenis?

Daarnaast wordt in dit onderzoek onderzocht in welke mate het toepassen van de eigen-schuldvuistregel cultuurafhankelijk is. Brunel & Nelson (2000) deden onderzoek naar man-vrouwverschillen waar het de reactie op fondswervingadvertenties betrof. Mannen werden meer overtuigd door advertenties waarin werd gewezen op het eigenbelang (als u nu geld geeft, dan hebben wij wellicht een medicijn ontwikkeld op het moment dat u door deze ziekte wordt getroffen). Vrouwen waren daarentegen meer gevoelig voor advertenties waarin werd betoogd dat met hun financiële steun het leed van veel mensen kon worden verzacht. Als verklaring voor dit verschil voeren Brunel & Nelson (2000) een verschil in wereldbeeld tussen mannen en vrouwen aan. Vrouwen zouden meer gericht zijn op zorgzaamheid en mannen meer op gerechtigheid. Uit hun resultaten blijkt dat het verschil tussen mannen en vrouwen inderdaad wordt veroorzaakt door dit verschil in wereldbeeld. Voor de toepassing van de eigen-schuldvuistregel is dit verschil in wereldbeeld zeer relevant. Immers, toepassing van deze vuistregel ligt vooral voor de hand bij degenen die het rechtvaardigheidsbeginsel aanhangen. Als het zorgzaamheidsbeginsel overheerst, dan zal men daarentegen eerder geneigd zijn om hulp te bieden ongeacht het antwoord op de vraag of de hulpbehoevenden zelf verantwoordelijk zijn voor hun problemen of niet.

De tegenstelling tussen het rechtvaardigheids- en het zorgzaamheidsbeginsel kent een pendant op het niveau van cultuurverschillen. Hofstede (1991, 2001) onderscheidt verschillende dimensies waarop culturen van elkaar kunnen verschillen. Eén van deze dimensies staat bekend onder de naam masculiniteit-femininiteit. Hofstede definieert deze dimensie als volgt: “Een samenleving is Masculien als sociale sekse-rollen duidelijk gescheiden zijn: mannen worden geacht assertief en hard te zijn en gericht op materieel succes; vrouwen horen bescheiden en teder te zijn en vooral gericht op de kwaliteit van het bestaan. Een samenleving is Feminien als sociale sekse-rollen elkaar overlappen: zowel mannen als vrouwen worden geacht bescheiden en teder te zijn en gericht op de kwaliteit van het bestaan.” (Hofstede, 1991, p. 108). Het onderzoek van Brunel & Nelson (2000) is uitgevoerd in de Verenigde Staten, een samenleving die in het onderzoek van Hofstede als zeer masculien te boek staat. Nederland komt uit datzelfde onderzoek als zeer feminien naar voren. Dit kan betekenen dat Nederlanders minder dan Amerikanen, althans Amerikaanse mannen, geneigd zouden zijn om de eigen-schuldvuistregel toe te passen. In dat geval zou de toepassing van de eigen-schuldvuistregel cultuurafhankelijk zijn.

De Nederlandse cultuur komt in het onderzoek van Hofstede (1991, 2001) als relatief feminien naar voren. Uit datzelfde onderzoek blijkt dat de Vlaamse cultuur als relatief masculien te kenmerken valt. Replicatieonderzoek van Claes & Gerritsen (2002) laat zien dat de Nederlandse cultuur ook nu nog feminiener is dan de Vlaamse cultuur (al vinden zij een kleiner verschil). Om te onderzoeken of de eigen-schuldvuistregel eerder wordt toegepast in een masculiene cultuur dan in een feminiene cultuur vormen Nederland en Vlaanderen een interessante vergelijking. De tweede onderzoeksvraag luidt dan ook:

Heeft de voorbeeldgeschiedenismanipulatie een sterker effect bij Vlaamse proefpersonen dan bij Nederlandse proefpersonen?

Voor de beantwoording van beide vragen is een experiment uitgevoerd waarbij de voorbeeldgeschiedenis in een fondswervingbrief is gemanipuleerd. Die manipulatie had betrekking op de verantwoordelijkheid van een personage voor de problemen waarin hij verkeert. De vraag is of die manipulatie een grotere invloed heeft voor proefpersonen uit een masculiene cultuur dan voor proefpersonen uit een feminiene cultuur én of die manipulatie een grotere invloed heeft als de eigen-schuldvuistregel vooraf wordt geactiveerd.

2 Methode

In het experiment kregen Vlaamse en Nederlandse proefpersonen een fondswervingbrief voorgelegd waarover ze hun oordeel uitspraken. Daarnaast gaven ze voor een tiental spreekwoorden en gezegden aan of ze deze kenden én of ze het eens waren met de strekking van het spreekwoord. Twee van deze spreekwoorden vormden parafrases van de eigen-schuldvuistregel, namelijk: ‘Eigen schuld, dikke bult’ en ‘Wie zijn billen heeft gebrand, moet op de blaren zitten’. Deze taak diende ervoor om te bepalen of men de vuistregel kende én om hem te activeren. Daarnaast kon met behulp van de instemmingscores worden gecontroleerd of het veronderstelde cultuurverschil inderdaad bestaat (zie voor het belang van een dergelijke controle Hoeken & Korzilius, 2001).

2.1 Materiaal

In dit experiment werden twee versies van een fondswervingbrief ontwikkeld voor de fictieve organisatie ‘Vereniging voor Hartpatiënten’. Er is gekozen voor een fictieve organisatie omdat dit de mogelijkheid bood om in Vlaanderen en Nederland precies dezelfde brief te gebruiken. Bovendien bleek uit het onderzoek van Hoeken & Hustinx (2003) dat de bekendheid van de organisatie geen invloed had op de reacties van de proefpersonen. De brief bestond uit vijf alinea’s plus aanhef en afsluiting. In de eerste alinea werd de vereniging gepresenteerd als een onlangs opgerichte vereniging die zich inzet voor het ondersteunen van hartpatiënten en waarvoor binnenkort collectanten aan de deur zouden verschijnen. In de tweede en derde alinea volgt de voorbeeldgeschiedenis die als illustratie dient voor het soort mensen waar de vereniging zich voor inzet. In de tweede alinea wordt het verhaal verteld van Marc, die zich altijd inzette voor het jeugdvoetbal maar dat nu niet meer kan als gevolg van een ernstige hartaanval. De derde alinea is de enige waarin de twee versies van de brief verschilden. In de ene versie waren Marcs hartklachten te wijten aan zijn ongezonde levensstijl, in de andere aan een erfelijke aandoening. Noodgedwongen leidde dat er in de tweede alinea toe dat er meer hartpatiënten (vader, broers) werden opgenomen. De manipulatie van de verantwoordelijkheid was gebaseerd op een vooronderzoek van Hustinx & Hoeken (2000) waarbij deze twee verschillende manieren wat betreft de verantwoordelijkheid voor de problemen waarin men verkeerde als duidelijk verschillend werden beoordeeld. De tekst van beide alinea’s luidde:

Marc was een stevige roker en hij hield van een goed glas bier. Zijn arts had hem gewaarschuwd dat hij daar ernstige gezondheidsproblemen van kon krijgen. Hij is het slachtoffer van zijn eigen leefstijl. Met de financiële steun van de Vereniging van Hartpatiënten kan hij een aangepast vervoermiddel kopen. Zodat zijn wereld weer groter wordt dan het huiskamerraam.

Marc komt uit een familie van hartpatiënten. Zijn vader is jong gestorven aan een hartaanval en zijn twee jongere broers hebben ook al ernstige hartklachten. Hij is het slachtoffer van een erfelijke aandoening. Met de financiële steun van de Vereniging van Hartpatiënten kan hij een aangepast vervoermiddel kopen. Zodat zijn wereld weer groter wordt dan het huiskamerraam.

Hierop volgde nog een alinea over het aantal hartpatiënten en een alinea waarin de lezer werd opgeroepen het werk van de Vereniging van Hartpatiënten te ondersteunen.

Naast de fondswervingbrief kregen de proefpersonen in een ogenschijnlijk onge-relateerd onderzoek een tiental spreekwoorden en gezegden voorgeschoteld. Het zevende en tiende spreekwoord vormden parafrases van de eigen-schuldvuistregel, namelijk: ‘Eigen schuld, dikke bult’ en ‘Wie zijn billen brandt, moet op de blaren zitten’. De overige zeven spreekwoorden waren niet gerelateerd aan de eigen-schuldvuistregel (vb. ‘Wat niet weet, wat niet deert’).

2.2 Proefpersonen

In het onderzoek speelde het veronderstelde cultuurverschil tussen Nederland en Vlaanderen een belangrijke rol. Om dit cultuurverschil door zo min mogelijk andere factoren te laten beïnvloeden, is er voor gekozen om de proefpersoongroepen zoveel mogelijk gelijk te houden. De proefpersonen volgden een hogere beroepsopleiding in Vlaanderen of in Nederland. In totaal namen 112 Nederlandse en 109 Vlaamse proef-

personen deel aan het onderzoek. Hoewel de man-vrouwverdeling voor de gehele groep vrijwel gelijk was (44,3% versus 55,7%), gold dat niet voor de twee deelgroepen. In de Nederlandse steekproef overheerste het aantal mannen (72,7%), in de Vlaamse overheerste het aantal vrouwen (84,4%). De Vlaamse proefpersonen waren gemiddeld iets ouder ($M = 20,65$) dan de Nederlandse proefpersonen ($M = 18,96$).

2.3 Vragenlijst

De volgende afhankelijke variabele werden bevraagd:

De intentie om te geven middels de vraag: “Als je deze brief zou ontvangen, zou je dan geld geven aan de collectant van de Vereniging van Hartpatiënten?”, met als antwoordmogelijkheden “Nee” en “Ja, namelijk _____ Euro”.

De attitude werd gemeten met behulp van vier zevenpunts semantische differentialen voorafgegaan door de zin ‘Geld geven aan de Vereniging van Hartpatiënten vind ik:’ Bij twee van de differentialen stond het positieve antoniem aan de rechterpool (goed, slim), bij de andere twee aan de linkerpool (verstandig, zinvol). De betrouwbaarheid van de resulterende schaal was zowel in Nederland ($\alpha = .77$) als in Vlaanderen ($\alpha = .79$) adequaat.

De perceptie van de mate waarin hartpatiënten in het algemeen verantwoordelijkheid dragen voor de problemen waarin ze verkeren, werd bevraagd met de stelling: ‘Hartpatiënten hebben hun ziekte meestal aan zichzelf te wijten’, gevolgd een zevenpunts Likert-schaal met als polen ‘zeer mee oneens’ en ‘zeer mee eens’.

De proefpersonen werd verteld dat het in dit onderzoek ging om de waardering voor de fondswervingbrief. Daarom werd ook de waardering voor de brief gemeten met behulp van zes semantische differentialen. De betrouwbaarheid van deze schaal was zowel voor de Vlaamse ($\alpha = .75$) als de Nederlandse ($\alpha = .70$) proefpersonen adequaat. Ter controle van de manipulatie werd ook bevraagd in welke mate men vond dat het personage in de voorbeeldgeschiedenis de hartaanval aan zichzelf te wijten had. Ook hier konden de proefpersonen reageren op een zevenpuntschaal lopend van ‘Geheel aan zichzelf te wijten’ tot ‘Helemaal niet aan zichzelf te wijten’.

Ten slotte werden nog enkele vragen gesteld over het geslacht, nationaliteit, de leeftijd, en of iemand in de directe persoonlijke omgeving hartpatiënt was.

Bij de spreekwoorden werden telkens twee vragen gesteld, namelijk ‘Betekenis bekend’ met als antwoordopties ‘ja’ of ‘nee’, en de mate waarin men het eens was met de strekking van het spreekwoord (op een zevenpuntschaal lopend van ‘zeer mee oneens’ tot ‘zeer mee eens’).

2.4 Procedure

Er waren vier experimentele boekjes. Twee boekjes bevatten de versie van de brief waarin het personage in de voorbeeldgeschiedenis wel verantwoordelijk werd gehouden voor zijn hartklachten, de andere twee bevatten de brief waarin de voorbeeldgeschiedenis niet verantwoordelijk werd gehouden. Het andere verschil betrof de positie van het spreekwoordenonderzoek. In twee versies ging dat vooraf aan het lezen en beoordelen van de fondswervingbrief, in de twee andere versies volgde dat op het lezen en beoordelen van de fondswervingbrief.

Het onderzoek werd afgenomen tijdens een college. De studenten werd verteld dat het ging om twee onafhankelijke onderzoeken: één onderzoek had betrekking op de bekendheid en correctheid van spreekwoorden en gezegdes, het andere op de aantrekkelijkheid en begrijpelijkheid van fondswervingbrieven. Vervolgens kregen ze

willekeurig één van de versies van het experimentele boekje uitgereikt. De gemiddelde afname duurde ongeveer 10 minuten. Na afloop werd het doel van het onderzoek nader toegelicht en eventuele vragen beantwoord.

3 Resultaten

In de eerste plaats werd gecontroleerd of de proefpersonen bekend waren met de spreekwoorden waarin de eigen-schuldvuistregel werd geparafraseerd. Alle (Vlaamse en Nederlandse) proefpersonen kenden de uitdrukking ‘Eigen schuld, dikke bult’. Het spreekwoord ‘Wie zijn billen heeft gebrand, moet op de blaren zitten’ was bekend bij 98,2% van de Vlaamse en 92,9% van de Nederlandse proefpersonen. Ter controle van het veronderstelde cultuurverschil tussen Vlaanderen en Nederland werd getoetst of de Vlaamse proefpersonen de strekking van de spreekwoorden in sterkere mate onderschreven dan de Nederlandse proefpersonen. Een 2 (nationaliteit) x 2 (geslacht) MANOVA werd uitgevoerd waarbij de twee scores voor de instemming met de strekking van de twee spreekwoorden als afhankelijke variabelen werden opgevoerd. Er traden geen hoofdeffecten van nationaliteit en geslacht op (respectievelijk Wilks’ $\lambda = .984$, $F(2, 201) = 1.65$, $p = .19$; Wilks’ $\lambda = .995$, $F < 1$). Ook de interactie tussen nationaliteit en geslacht was niet significant (Wilks’ $\lambda = .996$, $F < 1$). Ten slotte werd gecontroleerd of de manipulatie van de voorbeeldgeschiedenis geslaagd was in de zin dat de proefpersonen Marc in sterkere mate verantwoordelijk hielden voor zijn hartaanval als die het gevolg was van zijn levensstijl dan als die het gevolg was van een erfelijke aandoening. Dat bleek het geval ($F(1, 212) = 336.10$, $p < .001$, $\eta^2 = .61$). Er trad ook een significante interactie op tussen nationaliteit en de schuldmanipulatie ($F(1, 212) = 5.28$, $p < .05$, $\eta^2 = .61$). Deze interactie was het gevolg van het feit dat het effect van de schuldmanipulatie groter was bij de Nederlandse dan bij de Vlaamse proefpersonen. Geen van de overige effecten was significant. Bovendien werd het oordeel over Marcs verantwoordelijkheid niet beïnvloed door de nationaliteit van de proefpersonen of de positie van de spreekwoorden (alle p 's $> .47$).

Tabel 1 toont de gemiddelde scores voor de verantwoordelijkheidsperceptie van hartpatiënten in het algemeen, de attitude en intentie ten opzichte van geld geven aan deze vereniging en de hoeveelheid geld die men dan zou geven.

In Tabel 1 ontbreekt een uitsplitsing naar de positie van de spreekwoorden (voorafgaand aan of volgend op de fondswervingbrief). De reden hiervoor is dat er geen significante hoofdeffecten noch significante interacties werden gevonden waarbij de factor ‘positie van de spreekwoorden’ een rol speelde. De enige twee significante effecten waren een hoofdeffect van nationaliteit (Wilks’ $\lambda = .946$, $F(3, 208) = 4.05$, $p < .01$, $\eta^2 = .05$) en een hoofdeffect van de verantwoordelijkheidsmanipulatie (Wilks’ $\lambda = .861$, $F(3, 209) = 11.19$, $p < .001$, $\eta^2 = .14$). Univariate analyses wezen uit dat het hoofdeffect van nationaliteit werd veroorzaakt doordat de Nederlandse proefpersonen een positievere attitude hadden gevormd ten opzichte van geld geven aan de vereniging dan de Vlaamse proefpersonen ($F(1, 210) = 4.95$, $p < .05$, $\eta^2 = .02$). Ondanks de minder positieve attitude van de Vlaamse proefpersonen was er sprake van een trend waaruit bleek dat zij bereid waren gemiddeld meer geld te geven dan de Nederlandse proefpersonen ($F(1, 210) = 3.89$, $p = .05$). De univariate analyses wezen verder uit dat de manipulatie van de voorbeeldgeschiedenis effect had op elk van de afhankelijke variabelen. Na lezing van de ‘schuldige’ versie van de voorbeeldgeschiedenis achtte

men hartpatiënten in het algemeen meer verantwoordelijk voor hun hartklachten ($F(1, 210) = 20.81, p < .001, \eta^2 = .09$), vormde men een negatievere attitude ($F(1, 210) = 6.73, p = .01, \eta^2 = .03$) en gaf men minder geld ($F(1, 210) = 14.35, p < .001, \eta^2 = .06$). Gegeven het meetniveau van de intentiescores werden deze met behulp van een chi-kwadraattoets geanalyseerd. Meer Nederlandse dan Vlaamse proefpersonen waren bereid om geld te geven ($\chi^2(1) = 6.81, p < .01$). Ongeacht hun nationaliteit, waren meer proefpersonen bereid om geld te geven na lezing van de ‘onschuldige’ versie dan na lezing van de ‘schuldige’ versie ($\chi^2(1) = 6.60, p = .01$). Wanneer deze analyse voor de Nederlandse en Vlaamse proefpersonen afzonderlijk werd uitgevoerd, bleek het effect bij de Nederlandse proefpersonen wel significant ($\chi^2(1) = 4.01, p < .05$), maar bij de Vlaamse net niet ($\chi^2(1) = 3.07, p = .08$).

Tabel 1 De gemiddelde scores (en standaarddeviaties) voor de verantwoordelijkheid-perceptie van hartpatiënten in het algemeen, de attitude en intentie ten opzichte van geld geven aan de vereniging en de hoeveelheid geld als functie van de versie van de voorbeeldgeschiedenis (wel of niet verantwoordelijk) en de nationaliteit van de proefpersonen

	Perceptie verantwoordelijkheid hartpatiënten in het algemeen	Attitude	Intentie	Hoeveelheid geld
Nederland				
Verantwoordelijk	3.40 (1.47)	5.02 (1.19)	42,1%	1.18 (1.73)
Niet verantwoordelijk	2.36 (1.53)	5.40 (0.90)	61,1%	2.32 (3.73)
Vlaanderen				
Verantwoordelijk	3.22 (1.69)	4.71 (1.10)	25,9%	1.13 (2.64)
Niet verantwoordelijk	2.41 (1.32)	5.09 (1.05)	41,8%	5.15 (8.59)

(bij perceptie en attitude: 1 = niet verantwoordelijk, negatieve attitude; 7 = wel verantwoordelijk, positieve attitude)

4 Discussie

Het onderzoek is gericht op het beantwoorden van twee vragen. De eerste vraag luidde of het activeren van de eigen-schuldvuistregel tot een sterker effect zou leiden van de voorbeeldgeschiedenismanipulatie. De veronderstelling was dat het beoordelen van spreekwoorden waarin de eigen-schuldvuistregel wordt uitgedrukt, zou leiden tot activatie van de vuistregel. Deze veronderstelling was gebaseerd op het onderzoek van Chaiken (1987), maar is verder niet gecontroleerd. Uit de resultaten bleek dat de eigen-schuldvuistregel werd toegepast, ongeacht of men de spreekwoorden vooraf of achteraf had beoordeeld. Blijkbaar ligt toepassing van de vuistregel zo voor de hand dat hij ook zonder activering de oordeelsvorming beïnvloedt. Desalniettemin lijkt het zinvol om in vervolgonderzoek te controleren of het beoordelen van de spreekwoorden leidt tot het activeren van de vuistregel.

De tweede vraag luidde of Vlamingen in sterkere mate de eigen-schuldvuistregel zouden toepassen dan Nederlanders. In dat geval zou de invloed van de schuldmanipulatie in de voorbeeldgeschiedenis groter zijn bij de Vlaamse proefpersonen dan bij de Nederlandse. Ook dat bleek niet het geval. Zowel de Nederlandse als de Vlaamse proefpersonen waren (in dezelfde mate) minder geneigd tot het verlenen van steun na

het lezen van de versie waarin het personage zelf verantwoordelijkheid droeg voor zijn hartklachten dan na het lezen van de versie waarin dat niet het geval was. Wel traden er verschillen op tussen de reacties van de Nederlandse en de Vlaamse proefpersonen maar dan ongeacht de versie die ze hadden gelezen. Zo vormden de Nederlandse proefpersonen een positievere attitude ten opzichte van het ondersteunen van de vereniging en waren er ook meer Nederlandse proefpersonen die aangaven geld te zullen geven. Daar stond tegenover dat het gemiddelde bedrag dat de Nederlanders wilden doneren lager lag dan dat van de Vlamingen (al was dit verschil niet significant).

De verwachting dat de Vlamingen in sterkere mate de eigen-schuldvuistregel zouden toepassen was gebaseerd op cultuur-sociologisch onderzoek dat de Vlaamse cultuur als masculinere en de Nederlandse cultuur als feminieker karakteriseerde. Als gevolg van dit verschil zouden de Vlamingen in het algemeen meer gericht zijn op gerechtigheid en de Nederlanders meer op zorgzaamheid. In het hier beschreven onderzoek werd deze aanname getoetst door te onderzoeken of Vlamingen het dan ook in sterkere mate dan Nederlanders eens waren met de strekking van spreekwoorden zoals 'Eigen schuld, dikke bult' en 'Wie zijn billen brandt, moet op de blaren zitten'. Dat bleek niet het geval te zijn. Het veronderstelde cultuurverschil lijkt dan ook voor deze groepen Vlaamse en Nederlandse proefpersonen niet te bestaan.

In vergelijking met voorgaande onderzoeken op dit terrein is er een opvallend verschil. In die onderzoeken werd alleen een effect van de voorbeeldgeschiedenis gevonden als er fondsen werden geworven voor de minder ernstige aandoeningen (zwaarlijvigheid, astma). In Hustinx & Hoeken (2000) werden hartaandoeningen echter onder de ernstige aandoeningen geschaard. In dat onderzoek werd, in tegenstelling tot het hier gerapporteerde onderzoek, geen effect van de verantwoordelijkheid van het personage in de voorbeeldgeschiedenis gevonden op de attitude en intentie om geld te geven voor de Nederlandse Hartstichting. Voor deze discrepantie kunnen verschillende verklaringen worden aangevoerd. In de eerste plaats kan het verschil in aantal proefpersonen een rol hebben gespeeld. In het onderzoek van Hustinx en Hoeken werd elke versie van de brief door 36 proefpersonen gelezen, in het hier beschreven onderzoek lag dat ruim drie keer zo hoog. De kans om met die aantallen een significant verschil te vinden, is dan ook groter. In de tweede plaats kan de perceptie van de zinvolheid van de organisatie een rol hebben gespeeld. Uit de voorbeeldgeschiedenis zouden proefpersonen kunnen hebben opgemaakt dat de organisatie zich vooral bezighoudt met het financieren van hulpmiddelen voor hartpatiënten. Dat lijkt van minder belang dan de werkzaamheden die de Nederlandse Hartstichting uitvoert. Uit een vergelijking van de reacties op de vraag 'Deze organisatie doet zinvol werk', die in beide onderzoeken is gesteld, bleek dat deze vraag minder instemmend werd beantwoord in het huidige onderzoek dan in het onderzoek van Hustinx & Hoeken (2000). Wellicht vormt niet alleen de ernst van de aandoening maar ook de zinvolheid van de werkzaamheden van de fondswervende organisatie een conditie voor toepassing van de eigen-schuldvuistregel. Ten slotte was de exemplaar in het hier beschreven onderzoek langer dan in het onderzoek van Hustinx & Hoeken (2000). Deze grotere prominentie zou eveneens een verklaring kunnen vormen voor de discrepantie in de resultaten.

Samenvattend kan worden geconcludeerd dat ook dit experiment weer de kracht van de voorbeeldgeschiedenis documenteert. De mate waarin het personage in de voorbeeldgeschiedenis verantwoordelijk is voor zijn problemen bepaalt het algemene beeld dat de lezer heeft van de gehele groep hulpbehoevenden. En dat beeld beïnvloedt de attitude, intentie en hoeveelheid geld die men bereid is te doneren. Die invloed wordt

niet versterkt als mensen vooraf worden herinnerd aan de eigen-schuldvuistregel en lijkt vooralsnog niet afhankelijk te zijn van cultuurverschillen.

Literatuur

- Brunel, F.F. & Nelson, M. (2000). Explaining gender responses to "help-self" and "help-others" charity ad appeals: The mediating role of world-views. *Journal of Advertising*, 29(3), 15-28.
- Chaiken, S. (1987). The heuristic model of persuasion. In M. P. Zanna, J. M. Olson & C. P. Herman (Eds.), *Social influence: The Ontario symposium* (Vol. 5, pp. 3-39). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Claes, M.T., & Gerritsen, M. (2002). *Culturele waarden en communicatie in internationale perspectief*. Bussum: Coutinho.
- Coats, S., & Smith, E.R. (1999). Perceptions of gender subtypes: Sensitivity to recent exemplar activation and in-group/out-group differences. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25, 515-526.
- Hoeken, H. (1998). *Het ontwerp van overtuigende teksten*. Bussum: Coutinho.
- Hoeken, H. (1999). De 'eigen schuld'-vuistregel in fondswervingsbrieven van het Aids Fonds. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 27, 109-120.
- Hoeken, H., & Hustinx, L. (2003). *Exemplars and the application of the desert heuristic when responding to fundraising attempts*. Paper. Nijmegen: KU Nijmegen.
- Hoeken, H., & Korzilius, H. (2001). Enkele problemen bij experimenteel onderzoek naar de relevantie van cultuurverschillen voor tekstontwerp. *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, 23, 339-353.
- Hofstede, G. (1991). *Allemaal andersdenkenden*. Amsterdam: Contact.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hustinx, L., & Hoeken, H. (2000). De eigen-schuldvuistregel en ernst van de aandoe-ning bij fondswerving. *Taalbeheersing*, 22, 309-323.
- Petty, R.E., & Cacioppo, J.T. (1986). *Communication and persuasion*. New York: Springer.
- Sia, T.L., Lord, C.G., Blessum, K.A., Thomas, J.C., & Lepper, M.R. (1999). Activa-tion of exemplars in the process of assessing social category attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76, 517-532.
- Smith, E.R. (1998). Mental representation and memory. In D.T. Gilbert, S.T. Fiske, & G. Lindzey (Eds.), *Handbook of social psychology* (4th ed., Vol. 1, pp. 391-445). New York: McGraw-Hill.
- Smith, E.R., & Zarate, M.A. (1992). Exemplar-based models of social judgment. *Psy-chological Review*, 99, 3-21.
- Sniderman, P.M., Brody, R.A., & Tetlock, P.E. (1991). *Reasoning and choice. Explorations in political psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Weiner, B. (1980). A (cognitive) attribution-emotion-action model of motivated be-havior: An analysis of help-giving behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, 186-200.
- Weiner, B., Perry, R.P., & Magnusson, J. (1988). An attributional analysis of reactions to stigmas. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55, 738-748.
- Zillmann, D., & Brosius, H.B. (2000). *Exemplification in communication: The influ-ence of case reports on the perception of issues*. Mahwah, NJ: Erlbaum.