

De rol van gelijkenis bij narratieven

Joëlle Ooms, John Hoeks en Carel Jansen
Rijksuniversiteit Groningen/Universiteit Stellenbosch

TVT 41 (1): 229–242

DOI: 10.5117/TVT2019.1.016.OOMS

Abstract

The role of similarity in narrative persuasion

This paper presents two studies on the role of similarity in the processing of narratives. In Experiment 1 ($N = 83$), female students were presented with one of two versions of a story about the severe consequences of breast cancer. In the similar version, the protagonist was a 22-year-old female student; in the dissimilar version, the protagonist was a 59-year-old working woman. Experiment 2 ($N = 62$) was an online replication of the first study, with an added measure of perceived similarity.

Neither in Experiment 1 nor in Experiment 2 significant differences were found between the two versions on identification, attitude, or intention. Mediation analyses in Experiment 2 did show that the manipulation of similarity had a significant *indirect* influence on identification, transportation, emotions, and intentions, via perceived similarity. These findings suggest that manipulating similarity may influence persuasion, but only when this similarity is perceived as such by the participants.

Keywords: narratives, similarity, transportation, identification, emotions, health communication

Inleiding

Persoonlijke verhalen kunnen overtuigingen, attitudes, intenties en feitelijk gedrag beïnvloeden (Braddock & Dillard, 2016). Daarbij is het van belang dat lezers, c.q. kijkers of luisteraars zich *getransporteerd* voelen in het

verhaal (Green & Brock, 2000) en zich kunnen *identificeren* met de hoofdpersoon (Cohen, 2001). Identificatie en transportatie kunnen mogelijk vergroot worden door de hoofdpersoon van een verhaal te presenteren als gelijkend op de lezer (Slater & Rouner, 2002). Empirisch onderzoek naar de effecten van manipulaties van gelijkenis op transportatie, identificatie, en overtuigingskracht laat echter tegenstrijdige resultaten zien. De Graaf, Sanders en Hoeken (2016) analyseerden elf studies waarin versies van een narratief met een gelijkende of niet-gelijkende protagonist werden vergeleken. In het merendeel van de studies werden objectieve kenmerken gemanipuleerd, zoals geslacht of woonplaats. De Graaf et al. concluderen dat gemanipuleerde gelijkenis in vrijwel geen enkel geval een significante invloed had op transportatie, identificatie of persuasieve uitkomsten zoals attitude en gedragsintentie. Hun conclusie wordt gedeeld door Cohen, Weimann-Saks en Mazor-Tregerman (2017), die geen significante effecten vonden voor hun vier verschillende manipulaties van gelijkenis (nationaliteit en geslacht in studie 1; leeftijd en woonplaats in studie 2). Er zijn echter ook andere, recente studies (bijvoorbeeld Hoeken, Kolthoff, & Sanders, 2016; Igartua, Wojcieszak, Cachón-Ramón, & Guerrero-Martín, 2017) waarin de manipulatie van gelijkenis wel positieve effecten had op identificatie en overtuigingskracht. Het is zelfs zo dat in bijna identieke experimenten verschillende uitkomsten gevonden worden voor gelijkenis. Zo vonden Chen, Bell en Taylor (2016) significant positieve effecten voor een protagonist met dezelfde leeftijd en van hetzelfde geslacht als de deelnemers aan hun onderzoek, terwijl Chen, Bell en Taylor (2017) in een sterk vergelijkbaar experiment geen significante verschillen vonden.

Duidelijk uit dit alles is dat meer onderzoek naar de invloed van gelijkenis van belang is. In twee experimenten onderzochten wij daarom de effecten van gemanipuleerde gelijkenis op identificatie, transportatie, en de persuasieve uitkomsten van narratieven. Ook bepaalden we in beide experimenten de effecten van gemanipuleerde gelijkenis op emoties, die op hun beurt kunnen bijdragen aan narratieve overtuiging. Zo vonden Igartua en Fiuza (2018) dat hun manipulatie van gelijkenis meer negatieve emoties opriep en via die emoties tot een hogere risicoperceptie leidde. Emoties kunnen ook de effecten van transportatie en identificatie op de overtuigingskracht van narratieven mediëren (Green & Brock, 2000).

De eerste onderzoeksvraag was daarom:

- (1) Wat zijn de effecten van gelijkenis op identificatie, transportatie, emoties, en persuasieve uitkomsten?

Om beter zicht te krijgen op het proces dat tot mogelijke effecten van gelijkenis leidt, voegden we in het tweede experiment de volgende onderzoeksvraag toe:

- (2) Medieert waargenomen gelijkenis de relatie tussen gemanipuleerde gelijkenis enerzijds en identificatie, transportatie, emoties, en persuasieve uitkomsten anderzijds?

Experiment 1

Vrouwelijke studenten kregen een van twee versies van een verhaal voorgelegd. In de ene versie leek de protagonist op de studenten, in de andere niet. Na het lezen beantwoordden alle deelnemers vragen over transportatie, identificatie, emoties, attitude en intentie.

Methodie

Materiaal. Het materiaal betrof een verhaal over borstkanker, de meest voorkomende vorm van kanker onder vrouwen. De protagonist wordt geconfronteerd met ernstige fysieke en sociale gevolgen van borstkanker en haar toekomst is hierdoor onzeker. In de laatste alinea adviseert de protagonist de lezers om elke maand een zelfonderzoek van de borsten uit te voeren en zo mogelijke kankercellen vroegtijdig op het spoor te komen.

In de twee verhaalversies verschilden de leeftijd van de protagonist en de leefomstandigheden die met leeftijd samenhangen (student versus werkend; vriend versus man; appartement versus huis). In de conditie met de ‘gelijkende’ protagonist werd het verhaal verteld door een 22-jarige vrouwelijke student, in de conditie met de ‘niet-gelijkende’ protagonist ging het verhaal over een 59-jarige werkende vrouw.¹ Zie voor de eerste paragraaf van de twee versies Tabel 1. Beide versies (op te vragen bij de eerste auteur) telden ongeveer 500 woorden.

Tabel 1 Eerste paragraaf van de twee verhaalversies

Gelijkende protagonist	Niet-gelijkende protagonist
Mijn naam is <u>Myrthe</u> . Ik ben <u>22 jaar</u> oud en ik studeer <u>Rechten aan de Rijksuniversiteit Groningen</u> . Tot voor kort dacht ik alles onder controle te hebben. Ik had een fantastische <u>vriend</u> , <u>zicht op</u> een goede baan, een mooi <u>appartement</u> , genoeg geld en veel leuke en trouwe vriendinnen. Wat ik niet onder controle had, was de ontwikkeling van kanker, borstkanker om precies te zijn.	Mijn naam is <u>Gerda</u> . Ik ben <u>59 jaar</u> oud en ik werk <u>parttime in de thuiszorg</u> . Tot voor kort dacht ik alles onder controle te hebben. Ik had een fantastische <u>man</u> , een goede baan, een mooi <u>huis</u> , genoeg geld en veel leuke en trouwe vriendinnen. Wat ik niet onder controle had, was de ontwikkeling van kanker, borstkanker om precies te zijn.

Vragenlijst. Aan alle deelnemers werden dezelfde stellingen voorgelegd, waarmee de volgende variabelen werden bevraagd: transportatie, identificatie, ervaren emoties, en attitude en intentie ten opzichte van het uitvoeren van zelfonderzoek. Alle stellingen werden beoordeeld op een 7-puntsschaal.

Transportatie werd gemeten met zes items. Vijf daarvan waren ontleend aan Moyer-Gusé en Nabi (2010), die zich op hun beurt baseerden op Green en Brock's *Transportation Scale* (2000): 'Ik was mentaal betrokken bij het verhaal terwijl ik het las', 'Tijdens het lezen van het verhaal dwaalden mijn gedachten wel eens af' (omgepooled), 'Het verhaal raakte me', 'Toen ik het verhaal las, vergat ik even alles om me heen', en 'Ik was benieuwd hoe het verhaal zou aflopen'. Daarnaast werd een item van De Graaf, Sanders, Beentjes en Hoeken (2007) gebruikt: 'Mijn aandacht werd volledig opgeslokt door het verhaal' ($\alpha = .87$).

Identificatie met de protagonist werd gemeten met drie van de vijf items die Tal-Or en Cohen (2010) gebruikten: 'Ik begrijp X wel', 'Tijdens het lezen van het verhaal voelde ik de emoties van X', en 'Ik kan me in X verplaatsen' ($\alpha = .77$). De overige twee items waren niet bruikbaar vanwege de relatief geringe lengte van de verhaalversies in deze studie.

Omdat vooral de emoties *angst*, *verdriet*, en *compassie* in eerder onderzoek relevant bleken in de context van persuasieve narratieven over kanker (Ooms, Jansen, Hommes, & Hoeks, 2017) werden deze drie emoties gemeten. Daartoe werd steeds de stelling 'Tijdens het lezen van dit verhaal voelde ik (me) [...] 'gepresenteerd, waarna er voor elke emotie enkele items volgden. Gebaseerd op Dillard, Plotnick, Godbold, Freimuth en Edgar (1996) waren dat: 'angstig', 'bang', 'ongerust' en 'bezorgd' voor angst ($\alpha = .91$), en 'verdrietig', 'bedroefd', en 'somber' voor verdriet ($\alpha = .93$). Gebaseerd op Oliver, Dillard, Bae en Tamul (2012) gebruikten we de items 'medelijden', 'medeleven' en 'sympathie' voor het meten van compassie ($\alpha = .85$).

Attitude ten opzichte van het uitvoeren van borstzelfonderzoek werd gemeten door proefpersonen te vragen hoe 'effectief', 'goed', 'belangrijk', en 'verstandig' ze dit gedrag vonden ($\alpha = .92$). Deze semantische differentiaal werden ontleend aan De Hoog, Stroebe en De Wit (2008), die ook de attitude ten opzichte van een gezondheidsgedrag maten.

Intentie om zelfonderzoek uit te voeren werd gemeten met drie stellingen gebaseerd op Fishbein en Ajzen (2010): 'Ik ben van plan / zal / ga mezelf het komende half jaar maandelijks (te) onderzoeken om borstkanker te ontdekken' ($\alpha = .97$).

Deelnemers en procedure. 83 vrouwelijke studenten van de Rijksuniversiteit Groningen werden willekeurig verdeeld over de condities

'gelijke protagonist' en 'niet-gelijke protagonist'. De deelnemers vulden de papieren vragenlijst vrijwillig in tijdens eerstejaarscolleges van verschillende opleidingen aan de Letterenfaculteit.² Hun gemiddelde leeftijd was 20.43 ($SD = 2.24$), lopend van 18 tot 28 jaar.

Resultaten

De gemiddelden en standaarddeviaties voor beide condities staan in Tabel 2. De correlaties tussen de afhankelijke variabelen staan in Tabel 3. Om de effecten van gelijkenis op de gemeten variabelen te bepalen, werd een multivariate variantieanalyse (MANOVA) uitgevoerd. De statistische power ($1-\beta$) van de uitgevoerde toets was, gegeven de omvang van de steekproef ($N = 83$) en $\alpha = .05$, bij een groot effect ($d = .80$) gelijk aan .98, bij een middelgroot effect ($d = .50$) .68, en bij een klein effect ($d = .20$) .11.³

Tabel 2 Gemiddelden (en standaarddeviaties) voor de afhankelijke variabelen, gemeten op een 7-puntsschaal – Experiment 1

	Conditie met gelijkende protagonist ($n = 42$)	Conditie met niet-gelijkende protagonist ($n = 41$)
Identificatie	4.79 (1.17)	4.84 (1.20)
Transportatie	4.51 (1.30)	4.56 (1.24)
Attitude tov zelfonderzoek	5.71 (1.76)	5.98 (1.40)
Intentie tov zelfonderzoek	4.28 (1.79)	3.83 (1.27)
Angst	3.95 (1.25)	3.39 (1.40)
Verdriet	3.72 (1.71)	3.62 (1.61)
Compassie	5.71 (0.98)	5.31 (1.23)

Tabel 3 Correlatiematrix – Experiment 1

	1	2	3	4	5	6	7
1. Identificatie	-						
2. Transportatie	.51**	-					
3. Attitude tov onderzoek	.23*	.16	-				
4. Intentie tov onderzoek	.41**	.39**	.40**	-			
5. Angst	.17	.45**	.11	.25*	-		
6. Verdriet	.27*	.44**	.06	.20	.44**	-	
7. Compassie	.30**	.29**	.23*	.36**	.22	.29*	-

* $p < .05$, ** $p < .01$

Er werd geen significant multivariaat effect gevonden van conditie op de afhankelijke variabelen ($F(7,72) = 1.80, p = .10$).

Discussie

In dit experiment lazen vrouwelijke studenten een verhaal met een gelijkende protagonist of een niet-gelijkende protagonist. Er werden geen significante effecten gevonden van de twee verhaalversies. Dit suggereert dat gelijkenis met de protagonist niet van belang is voor identificatie, transportatie, attitude en gedragsintentie.

Opgemerkt moet echter worden dat we in dit experiment niet hebben gemeten in hoeverre onze gelijkenismanipulatie als zodanig is waargenomen. Het kan echter wel nuttig zijn om na te gaan in hoeverre gemanipuleerde boodschapkenmerken worden opgemerkt door deelnemers aan een experiment – niet met het doel een manipulatiecheck uit te voeren (die is strikt genomen onnodig) – maar om mogelijke mediatie-effecten te ontdekken tussen de manipulatie en de afhankelijke variabelen (O’Keefe, 2016; Tao & Bucy, 2007). Een mogelijke beperking van Experiment 1 is verder dat de boodschap op slechts één gedrag was gericht, namelijk het uitvoeren van zelfonderzoek. Onduidelijk is of er wel verschillen in intentie waren gevonden wanneer het aanbevolen gedrag gericht was op het helpen van iemand anders.

Daarom hebben we een nieuw experiment uitgevoerd, waarin metingen van *waargenomen gelijkenis* en de *intentie om te doneren aan een stichting die zich inzet voor kankerbestrijding* zijn toegevoegd.

Experiment 2

Experiment 2 was grotendeels een directe replicatie van Experiment 1. Vrouwelijke studenten kregen hetzelfde materiaal voorgelegd als in Experiment 1. Na het lezen van het verhaal beantwoordden zij vragen over transportatie, identificatie, emoties, attitude en intenties, en nu ook waargenomen gelijkenis.

Methode

Vragenlijst. Naast de variabelen uit Experiment 1 (Cronbach’s α steeds: $> .84$), werden er twee extra variabelen bevraagd: waargenomen gelijkenis en de intentie om te doneren aan een stichting die zich inzet voor kankerbestrijding.

Waargenomen gelijkenis werd gemeten met de *attitude homophily scale* (McCroskey, Richmond, & Daly, 1975): ‘X denkt zoals ik denk’, ‘X gedraagt zich zoals ik me gedraag’, ‘X is hetzelfde als ik’, en ‘X lijkt mij op mij’ ($\alpha = .95$).

Intentie tot doneren werd gemeten met de volgende drie items, opnieuw gebaseerd op Fishbein en Ajzen (2010): 'Ik ben van plan om / ga / zal binnen het komende half jaar (te) doneren aan een stichting die zich inzet voor kankerbestrijding, zoals KWF' ($\alpha = .99$).

Deelnemers en Procedure. Experiment 2 werd online afgenomen met de enquêtetool *Qualtrics*. Via social media werd de link naar de vragenlijst verspreid. In totaal 88 deelnemers, opnieuw vrouwelijke studenten, werden in *Qualtrics* willekeurig toegewezen aan de condities. Omdat het bij online afname niet altijd zeker is dat de materialen grondig genoeg worden gelezen, hebben we onder enkele studenten een pretest uitgevoerd om na te gaan hoe lang deelnemers ten minste nodig zouden hebben om het verhaal te lezen; dat bleek 25 seconden te zijn. Data van deelnemers die korter dan 25 seconden op de pagina met het verhaal waren ($n = 23$) werden daarom niet gebruikt. Dat gold ook voor data van deelnemers die langer dan 180 seconden op de pagina doorbrachten ($n = 3$). De uiteindelijke deelnemersgroep bestond uit 62 vrouwelijke studenten van verschillende opleidingen aan verschillende universiteiten in Nederland (gemiddelde leeftijd = 23.84, $SD = 2.44$, lopend van 18 tot 30 jaar). Met een controlevraag is bevestigd dat de deelnemers verschillend waren dan die aan Experiment 1.

Resultaten

De gemiddelden en standaarddeviaties voor beide condities staan in Tabel 4. De correlaties tussen alle afhankelijke variabelen staan in Tabel 5. De statistische power ($1-\beta$) van de uitgevoerde toets was, gegeven de omvang van de steekproef ($N = 62$) en $\alpha = .05$, bij een groot effect ($d = .80$) gelijk aan .88, bij een middelgroot effect ($d = .50$) .45, en bij een klein effect ($d = .20$) .09.

Tabel 4 Gemiddelden (en standaarddeviaties) voor de afhankelijke variabelen, gemeten op een 7-puntsschaal – Experiment 2

	Conditie met gelijkende protagonist ($n = 33$)	Conditie met niet-gelijkende protagonist ($n = 29$)
Waargenomen gelijkenis	3.52 (1.60)*	2.49 (1.31)*
Identificatie	5.14 (1.24)	4.57 (1.19)
Transportatie	5.01 (1.01)*	4.12 (1.08)*
Attitude tov zelfonderzoek	6.24 (1.15)	6.26 (0.98)
Intentie tov zelfonderzoek	4.12 (1.43)	3.93 (1.48)
Intentie tov doneren	2.78 (1.79)	2.98 (1.65)
Angst	4.92 (1.30)*	4.17 (1.13)*
Verdriet	4.07 (1.82)	4.37 (1.42)
Compassie	5.43 (1.38)	5.32 (1.23)

Noot: Gemiddelden met een asterisk verschillen significant.

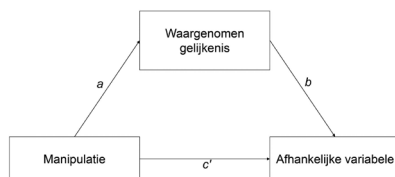
Tabel 5 Correlatiematrix – Experiment 2

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Waargenomen gelijkjenis	-								
2. Identificatie	.64**	-							
3. Transportatie	.48**	.59**	-						
4. Attitude tov onderzoek	.06	.21	.10	-					
5. Intentie tov onderzoek	.35**	.36**	.09	.31*	-				
6. Intentie tov doneren	.25	.32*	.13	.21	.37**	-			
7. Angst	.33*	.43**	.33**	-.02	.02	-.03	-		
8. Verdriet	.30*	.37**	.35**	-.06	.04	.19	.54**	-	
9. Compassie	.32*	.57**	.36**	.26*	.27*	.30*	.37**	.52*	-

* $p < .05$, ** $p < .01$

Een MANOVA liet een significant multivariaat effect zien van conditie op de afhankelijke variabelen ($F(9,50) = 3.02, p < .01$). Univariate analyses toonden aan dat waargenomen gelijkjenis hoger was voor deelnemers die het verhaal lazen over de studente ($M = 3.52$) dan voor deelnemers die het verhaal over de oudere vrouw lazen ($M = 2.49$; $F(1,58) = 7.26, p < .01, \eta^2 = .11$). Er werden geen significante verschillen gevonden tussen de twee condities in identificatie, attitude of intenties. Wel was er een significant verschil in transportatie; deelnemers rapporteerden meer transportatie wanneer zij het verhaal lazen over de studente ($M = 5.01$) dan over de oudere vrouw ($M = 4.12$; $F(1,58) = 9.31, p < .01, \eta^2 = .14$). Van de gemeten emoties bleek alleen angst significant beïnvloed te zijn door conditie ($F(1,58) = 5.98, p < .05, \eta^2 = .09$): deelnemers in de conditie met de gelijkjende protagonist ($M = 4.92$) rapporteerden meer angst dan deelnemers in de conditie met de niet-gelijkjende protagonist ($M = 4.17$).

Mediatieanalyses werden uitgevoerd met PROCESS (Hayes, 2013). Getoetst werd of waargenomen gelijkjenis indirect het effect beïnvloedde van de manipulatie van gelijkjenis (0 = ongelijke conditie; 1 = gelijke conditie) op de acht afhankelijke variabelen (zie Figuur 1). Er werden steeds 5000 bootstrap-steekproeven gebruikt.



$a \times b$ indirect effect

c' direct effect

c totaaleffect

Figuur 1 Mediatie model

Tabel 6 Uitkomsten mediatieanalyse, met manipulatie van gelijkenis als predictor (X) en waargenomen gelijkenis als mediator (M)

Y:	Pad a	Pad b	Pad c'	Totaal-effect	Indirect effect		
	β	β	β	β	BI 95%		
					β	ondergrens	bovengrens
<i>Transportatie</i>	1.09*	0.27*	0.53	0.82*	0.30	.1206	.6047
<i>Identificatie</i>	1.09*	0.51*	0.05	0.61	0.56	.1869	1.0038
<i>Angst</i>	1.09*	0.22	0.53	0.77*	0.24	-.0610	.7634
<i>Verdriet</i>	1.09*	0.40*	-0.50	-0.06	0.44	.1072	.9811
<i>Compassie</i>	1.09*	0.33*	-0.11	0.24	0.36	.0747	.8306
<i>Attitude tov zelfonderzoek</i>	1.09*	0.04	-0.07	-0.02	0.05	-.0753	.2668
<i>Intentie tov zelfonderzoek</i>	1.09*	0.36*	-0.28	0.12	0.40	.1024	.8869
<i>Intentie tov doneren</i>	1.09*	0.32	-0.48	-0.12	0.35	.0348	.9739

* $p < .01$

Zoals te verwachten gezien de resultaten van de t-toetsen was er slechts in twee van de acht gevallen sprake van een totaaleffect van gemanipuleerde gelijkenis, namelijk op transportatie en angst. Indirecte effecten kunnen echter ook optreden als er geen significant totaaleffect bestaat (Hayes, 2009, pp. 413-414). Zoals te zien in Tabel 6 werden er indirecte effecten gevonden van de manipulatie op transportatie, identificatie, compassie, verdriet, intentie tot zelfonderzoek en intentie tot doneren via waargenomen gelijkenis. De regressiecoëfficiënt van het indirecte effect was steeds positief, net als van de afzonderlijke paden *a* en *b*. Dit betekent dat het verhaal met de gelijke protagonist tot meer waargenomen gelijkenis leidde dan het verhaal met de niet-gelijke protagonist, wat vervolgens leidde tot meer transportatie, identificatie, compassie en verdriet, een sterkere intentie om zelfonderzoek te doen en een sterkere intentie om te doneren.

Discussie

In dit experiment werd onderzocht wat de effecten zijn van gemanipuleerde gelijkenis op identificatie, transportatie, emoties, en persuasieve uitkomsten, en ook op waargenomen gelijkenis. Voor deze laatste variabele werd een significant verschil gevonden: deelnemers vonden zichzelf meer lijken op de studente dan op de oudere vrouw. Net als in Experiment 1 verschilde de mate van identificatie in beide condities echter niet significant. Bij beide verhalen ervoeren de deelnemers een tamelijk hoge mate van identificatie (boven het schaal midden), wat suggereert dat lezers zich

ook kunnen identificeren met een hoofdpersoon waar zij objectief gezien niet op lijken. Terwijl ook de scores voor attitude en beide gemeten intenties niet verschilden voor de twee versies, rapporteerden de deelnemers wel meer transportatie en angst bij het verhaal met de gelijkende protagonist dan bij het verhaal met de niet-gelijkende protagonist.

Experiment 2 werd ook uitgevoerd om de mogelijk mediërende rol van waargenomen gelijkenis te onderzoeken. Hiertoe werden mediatieanalyses uitgevoerd met de manipulatie van gelijkenis als voorspellende variabele, waargenomen gelijkenis als mediërende variabele en de afhankelijke variabelen afzonderlijk als uitkomstvariabelen. Gevonden werd dat waargenomen gelijkenis het effect van de manipulatie van gelijkenis op transportatie, identificatie, compassie, verdriet, intentie tot zelfonderzoek en intentie tot doneren indirect en positief beïnvloedde.

Resultaten Experiment 1 en 2

Om te toetsen of er significante verschillen waren tussen de uitkomsten van de twee experimenten, werd een MANOVA uitgevoerd met conditie en experiment als onafhankelijke variabelen. De statistische power ($1-\beta$) was, gegeven de omvang van de steekproef ($N = 145$) en $\alpha = .05$, bij een groot effect ($d = .80$) gelijk aan 1.00, bij een middelgroot effect ($d = .50$) 1.00, en bij een klein effect ($d = .20$) .32.

Er werden significante multivariate hoofdeffecten gevonden van zowel conditie ($F(7,130) = 2.65, p < .05$) als experiment ($F(7,130) = 3.36, p < .01$). Univariante analyses toonden aan dat het in beide gevallen een significant verschil in angst betrof. Deelnemers in de conditie met de gelijke protagonist ($M = 4.39$) rapporteerden meer angst dan deelnemers in de conditie met de niet-gelijkende protagonist ($M = 3.70; F(1,136) = 9.32, p < .01$), en deelnemers in Experiment 2 ervoeren meer angst ($M = 4.57$) dan deelnemers in Experiment 1 ($M = 3.68; F(1,136) = 15.24; p < .001$). Er werd geen significant multivariaat interactie-effect gevonden van conditie en experiment ($F(7,130) = 1.78, p = .10$).

Algemene discussie

In dit onderzoek werden de effecten bestudeerd van een manipulatie van objectieve gelijkenis op identificatie, transportatie, emoties, en persuasieve uitkomsten. We hebben twee experimenten uitgevoerd waarin de

protagonist al dan niet leek op de deelnemers wat betreft leeftijd en leefomstandigheden. De experimenten lieten grotendeels dezelfde resultaten zien. Zo werden in geen van beide experimenten effecten gevonden van gemanipuleerde gelijkenis op identificatie. De jonge, vrouwelijke deelnemers ervoeren eenzelfde – tamelijk hoge – mate van identificatie bij de verhaalversie over een protagonist op wie zij leken (i.e., een jonge, studerende vrouw) als bij de versie over een protagonist op wie zij niet leken (i.e., een oudere, werkende vrouw). Blijkbaar is overeenkomst in leeftijd en leefomstandigheden niet nodig om identificatie te ervaren, wat in lijn is met de uitkomsten van Cohen et al. (2017).

Daarnaast leidden de twee onderzochte tekstversies in geen van beide experimenten tot verschillen in attitude of gedragsintentie. In Experiment 2 waren de scores op attitude zodanig hoog dat er mogelijk sprake is geweest van een plafondeffect, maar dat geldt niet voor Experiment 1, en ook niet voor intentie in de twee experimenten. Dat kan dus niet verklaren waarom we geen effecten vinden op attitude en intentie. De Graaf et al. (2016) concluderen in hun systematische review ook dat gelijkenis de overtuigingskracht van narratieven niet beïnvloedt. De onderzoeken die wel positieve effecten vonden voor gelijkenis, bijvoorbeeld die van Hoeken et al. (2016) en Iguarta et al. (2017), manipuleerden gelijkeniskenmerken die relevant waren voor het verhaal. Verhaalrelevante kenmerken hebben wel effect op identificatie en persuasieve uitkomsten in tegenstelling tot kenmerken die niet relevant zijn voor het verhaal (Hoeken et al., 2016; Cohen et al., 2017). Of onze manipulatie van leeftijd verhaalrelevant is, is niet helemaal duidelijk: Een hogere leeftijd vergroot de kans op borstkanker, maar in ons onderzoek werd zowel de oudere als de jongere protagonist getroffen door borstkanker. Misschien waren er wel effecten van gelijkenis gevonden wanneer de manipulatie duidelijker relevant was voor het verhaal, bijvoorbeeld de manipulatie van geslacht bij een verhaal over een kankersoort die alleen bij mannen of alleen bij vrouwen voorkomt.

Anders dan in Experiment 1 vonden we in Experiment 2 ook enkele wel significante verschillen tussen de condities. Bij de versie met de gelijkende protagonist rapporteerden de deelnemers meer transportatie en angst dan bij de versie met de niet-gelijkende protagonist. Mogelijk is het verschil in transportatie te verklaren door de manier van afname. Het kan zo zijn dat deelnemers aan het tweede experiment, dat online werd afgenomen, zich beter konden focussen op het verhaal en het aandachtiger lasen, doordat zij zich bijvoorbeeld thuis bevonden en niet in een collegezaal zoals in het eerste experiment het geval was. In vervolgonderzoek is het dan ook raadzaam om te vragen naar de situatie waarin de deelnemers de vragenlijst

hebben ingevuld, en er zo mogelijk voor te zorgen dat het onderzoek altijd in een rustige omgeving wordt afgenomen.

Hoewel in beide experimenten niet of nauwelijks sprake bleek te zijn van een totaal of direct effect van conditie, bleek de manipulatie van gelijkennis in Experiment 2 wel *indirect* invloed uit te oefenen op transportatie, identificatie, emoties en beide intenties: het verhaal met de gelijkende protagonist leidde tot een hogere waargenomen gelijkennis, wat op zijn beurt een positieve invloed had op transportatie, identificatie, compassie, verdriet, intentie tot zelfonderzoek en intentie tot doneren. Dit suggereert dat positieve effecten van manipulaties van gelijkennis alleen waarneembaar zijn wanneer ontvangers zich ook daadwerkelijk vinden lijken op de protagonist van het verhaal. Vervolgonderzoek naar manieren waarop hoge scores op waargenomen gelijkennis verkregen kunnen worden is dus raadzaam. Mogelijk zorgt specifiekere gelijkennisinformatie tot sterkere effecten van gemanipuleerde gelijkennis, en dan vooral wanneer die informatie de setting van het verhaal betreft, zoals de plaats waar het zich afspeelt (De Graaf et al., 2016, p. 110). Hoewel wij behalve de leeftijd ook de globale leefomstandigheden van de protagonist hebben benoemd (student met appartement versus werkende met huis), moet de setting misschien specifieker beschreven worden om tot grotere verschillen in waargenomen gelijkennis te leiden. Wellicht zou het verhaal ook op andere punten langer gemaakt moeten worden, zodat ontvangers meer tijd hebben om betrokken te raken bij de protagonist (identificatie) en zijn of haar verhaal (transportatie). Er zijn echter geen aanwijzingen in de literatuur dat de duur van het lezen of het bekijken van een narratief de mate van transportatie en identificatie beïnvloedt. Integendeel, narratieve processen, zoals transportatie en identificatie, kunnen ook al in werking treden wanneer ontvangers een afbeelding zien met verhaalelementen (Abbott, 2002). De gemiddelde scores die wij vonden voor transportatie en identificatie zijn boven het middelpunt van de schaal, wat het vermoeden ondersteunt dat een verhaal niet lang hoeft te zijn om betrokkenheid te creëren.

Bij dit alles dient opgemerkt te worden dat wij, net als veel van de eerdere studies naar gelijkennis, slechts één verhaal gebruikt hebben, wat de generaliseerbaarheid van de resultaten niet ten goede komt. Naast vervolgonderzoek met andere verhalen over andere gezondheidsonderwerpen, zou ook een meta-analyse over alle studies – en dat aantal blijft maar toenemen – die gelijkennis hebben gemanipuleerd meer duidelijkheid kunnen verschaffen over de rol van gelijkennis.

In vervolgonderzoek is het verder goed om meer deelnemers per conditie te bevragen, zodat ook eventuele kleine of middelmatige effecten in

de werkelijkheid gevonden kunnen worden. De power van de uitgevoerde analyses in dit onderzoek maakte het alleen goed mogelijk om grote effecten aan het licht te brengen. Met grotere deelnemersaantallen kunnen ook meer geavanceerde pad-analyses uitgevoerd worden, om de onderlinge relaties van de afhankelijke variabelen beter in beeld te brengen en bijvoorbeeld te toetsen of transportatie via emoties de overtuigingskracht beïnvloedt (Green & Brock, 2000). Zulke analyses hebben we inmiddels wel kunnen uitvoeren in een vervolgstudie naar de effecten van gemanipuleerde gelijkenis. Daarover hopen we binnenkort verslag te doen.

Noten

1. In beide experimenten werd ook een tekstversie gebruikt over de mogelijke gevolgen van borstkanker op vrouwen in het algemeen, zonder dat leeftijd of andere kenmerken van de protagonist werden genoemd. In deze tekst kwam geen specifieke hoofdpersoon aan het woord, waarmee niet werd voldaan aan de definitie van een narratief als 'a representation of events involving one or more *characters*' (zie bijvoorbeeld Abbott, 2002). Aangezien in dit artikel de rol van gelijkenis in *narratieven* centraal staat, vergelijken we hier alleen de tekstversies met een gelijkende of niet-gelijkende protagonist.
2. Met dank aan masterstudent Sebastiaan Hartman voor de dataverzameling in Experiment 1.
3. De poweranalyses werden uitgevoerd met behulp van het programma G*Power 3.1 (Faul, Erdfelder, Buchner, & Lang, 2007). Voor de grenswaarden van *d*, zie Cohen (1977).

Bibliografie

- Abbott, H.P. (2002). *The Cambridge Introduction to Narrative*. Cambridge: University Press.
- Braddock, K., & Dillard, J.P. (2016). Meta-analytic evidence for the persuasive effect of narratives on beliefs, attitudes, intentions, and behaviors. *Communication Monographs*, 83(4), 446-467.
- Chen, M., Bell, R.A., & Taylor, L.D. (2016). Narrator point of view and persuasion in health narratives: The role of protagonist-reader similarity, identification, and self-referencing. *Journal of Health Communication*, 21(8), 908-918.
- Chen, M., Bell, R.A., & Taylor, L.D. (2017). Persuasive effects of point of view, protagonist competence, and similarity in a health narrative about type 2 diabetes. *Journal of Health Communication*, 22(8), 702-712.
- Cohen, J. (1977). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (Rev. ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Cohen, J. (2001). Defining identification: A theoretical look at the identification of audiences with media characters. *Mass Communication & Society*, 4(3), 245-264.
- Cohen, J., Weimann-Saks, D., & Mazor-Tregerman, M. (2017). Does character similarity increase identification and persuasion? *Media Psychology*, 21(3), 506-528.
- De Graaf, A., Sanders, J., Beentjes, H., & Hoeken, H. (2007). De rol van identificatie in narrative overtuiging. *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, 29(3), 237-250.

- 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 health-related narrative persuasion research. *Review of Communication Research, 4*, 88-131.
- De Hoog, N., Stroebe, W., & De Wit, J.B.F. (2008). The processing of fear-arousing communications: How biased processing leads to persuasion. *Social Influence, 3*(2), 84-113.
- Dillard, J.P., Plotnick, C.A., Godbold, L.C., Freimuth, V.S., & Edgar, T. (1996). The multiple affective outcomes of AIDS PSAs: Fear appeals do more than scare people. *Communication Research, 23*(1), 44-72.
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A.-G., & Buchner, A. (2007). G*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods, 39*, 175-191.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*. New York, NY: Psychology Press.
- Green, M.C., & Brock, T.C. (2000). The role of transportation in the persuasiveness of public narratives. *Journal of Personality and Social Psychology, 79*(5), 701-721.
- Hayes, A.F. (2009). Beyond Baron and Kenny: Statistical mediation analysis in the new millennium. *Communication Monographs, 76*(4), 408-420.
- Hayes, A.F. (2013). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-based Approach*. New York, NY: Guilford Publications.
- Hoeken, H., Kolthoff, M., & Sanders, J. (2016). Story perspective and character similarity as drivers of identification and narrative persuasion. *Human Communication Research, 42*(2), 292-311.
- Igartua, J.J., Wojcieszak, M., Cachón-Ramón, D., & Guerrero-Martín, I. (2017). "If it hooks you, share it on social networks". Joint effects of character similarity and imagined contact on the intention to share a short narrative in favor of immigration. *Revista Latina de Comunicación Social, 72*, 1085-1106.
- Igartua, J.J., & Fiuza, D. (2018). Persuading with narratives against gender violence. Effect of similarity with the protagonist on identification and risk-perception. *Palabra Clave, 21*(2), 499-523.
- McCroskey, J.C., Richmond, V.P., & Daly, J.A. (1975). The development of a measure of perceived homophily in interpersonal communication. *Human Communication Research, 1*(4), 323-332.
- 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*, 26-52.
- O'Keefe, D.J. (2016). *Persuasion: Theory and Research* (3rd ed.). Los Angeles, CA: Sage.
- Oliver, M.B., Dillard, J.P., Bae, K., & Tamul, D.J. (2012). The effect of narrative news format on empathy for stigmatized groups. *Journalism & Mass Communication Quarterly, 89*(2), 205-224.
- Ooms, J.A., Jansen, C.J.M., Hommes, S., & Hoeks, J.C.J. (2017). "Don't Make My Mistake": On the Processing of Narrative Fear Appeals. *International Journal of Communication, 11*, 4924-4945.
- Slater, M.D. & Rouner, D. (2002). Entertainment-education and elaboration likelihood: Understanding the processing of narrative persuasion. *Communication Theory, 12*(2), 173-191.
- Tal-Or, N., & Cohen, J. (2010). Understanding audience involvement: Conceptualizing and manipulating identification and transportation. *Poetics, 38*, 402-418.
- Tao, C.-C., & Bucy, E.P. (2007). Conceptualizing media stimuli in experimental research: Psychological versus attribute-based definitions. *Human Communication Research, 33*(4), 397-426.