

De rol van framing, sekse en altruïsme in overtuiging tot stamceldonatie



Universiteit Utrecht

A. S. Weverling

5947197

17 januari 2020

Bachelor Eindwerkstuk

Communicatie- en Informatiewetenschappen

Universiteit Utrecht

Begeleider: K. M. Fikkers

Woorden: 6463

Inhoudsopgave

Samenvatting	3
Inleiding	4
Theoretisch kader	5
Methode.....	9
Resultaten	12
Conclusie & Discussie.....	14
Referenties.....	18
Bijlage 1 - Tekst met gain frame	21
Bijlage 2 - Tekst met loss frame.....	22
Bijlage 3 - Infographic	23

Samenvatting

Met dit onderzoek wordt getracht meer inzicht te krijgen in de effectiviteit van goalframing als overtuigingstechniek bij stamcelddonatie. Er wordt gebruik gemaakt van een gain versus loss frame om lezers te overtuigen tot een positieve attitude en intentie zich te registreren als stamceldonor. Het experiment wordt uitgevoerd aan de hand van een online vragenlijst. De respondent leest één tekst, random toegewezen, gemanipuleerd met het gain of loss frame. Na het lezen van de tekst begint de vragenlijst. Er worden twee onderzoeksvragen gesteld. OV1: ‘Wat is het verschil tussen gain en loss frames in het effect op de attitude en intentie van de lezer over stamcelddonatie?’. OV2: ‘Is er verschil tussen mannen en vrouwen in het effect van gain vs. loss frames op attitude en intentie?’. Als derde is er een hypothese opgesteld: H1: ‘Altruïsme modereert het effect van het gain vs. loss frame op de attitude en intentie’. Ten eerste lijkt het loss frame overtuigender dan het gain frame op de attitude van de lezers. Framing heeft geen effect op de intentie. Ten tweede wijst een significant hoofdeffect uit dat de attitude positiever is na het lezen van het loss frame. Het interactie-effect geeft aan dat dit vooral lijkt te gelden voor mannen. Een tweede hoofdeffect van sekse wijst uit dat vrouwen een hogere intentie hebben dan mannen, ongeacht het gelezen frame. Ten derde blijkt altruïsme geen moderator. Dus zou een loss frame het best gebruikt kunnen worden om lezers, zowel mannen als vrouwen, te overtuigen tot stamcelddonatie.

Inleiding

Stichting Matchis is een organisatie die zich inzet voor het werven van stamceldonoren in Nederland. In oktober 2019 telt Nederland 300.000 stamceldonoren (Stichting Matchis, 2019a). Dit aantal lijkt veel, maar is veel te weinig om voor alle bloedkanker-patiënten een geschikte donor te vinden. Patiënten ondergaan vele operaties en therapieën, maar als het tot stamceldonatie moet komen, is dat vaak hun laatste optie om te genezen van de ziekte. Slechts 30% van de patiënten vindt een donor in de familie, de andere 70% is afhankelijk van een onbekende donor (Stichting Matchis, 2019c). Het is daarom belangrijk dat zo veel mogelijk mensen zich registreren als donor, zodat de kans groter is dat voor elke patiënt een geschikte donor gevonden kan worden.

Dit onderzoek richt zich op het verbeteren van de communicatie voor het werven van stamceldonoren, zoals de campagnes van stichting Matchis. Op de website van Stichting Matchis zijn met name patiëntverhalen te lezen over patiënten die hun ziekte hebben overleefd omdat zij een donormatch gevonden hebben. Met deze verhalen probeert Matchis de lezers aan te sporen zich ook te registreren. Er zijn echter geen verhalen te lezen over patiënten die geen donor vinden en komen te overlijden. Zou het positieve patiëntverhaal overtuigender zijn dan een negatief patiëntverhaal? Of doet Matchis zichzelf tekort door alleen positieve teksten te publiceren?

Om dit te onderzoeken staat de *framing* theorie in dit onderzoek centraal. De effectiviteit van twee *frames* wordt gemeten. Bij framing worden er twee versies van de tekst gemaakt, vervolgens wordt er onderzocht welke van de twee frames het meest effectief is in het overtuigen van de lezer. In dit onderzoek zal gebruik gemaakt worden van *goal framing*. De twee andere meest gebruikte vormen van framing zijn *risky choice framing* en *attribute framing*. Waarbij *risky choice* twee opties biedt die verschillen in het risico, wordt er bij *attribute framing* een bepaald kenmerk van een object of actie benadrukt om de lezer te overtuigen (Levin et al., 1998). Bij *goal framing* ligt de focus in de tekst op een positieve uitkomst (*gain frame*) of een negatieve uitkomst (*loss frame*) van gedrag (Levin et al., 1998). Om lezers te overtuigen tot de actie 'registreren als stamceldonor' is *goal framing* het meest toepasselijk omdat dat gedrag wenselijk is.

Er is eerder veel onderzoek gedaan naar *goal framing* in de context van bloed- en orgaandonatie. Framing effecten op het registreren als stamceldonor zijn nog niet eerder onderzocht, hoewel dit net zo belangrijk is. Dit onderzoek tracht nieuwe inzichten te geven in de effectiviteit van *gain* versus *loss frames* binnen dit thema en daarmee het tekort aan stamceldonoren op te lossen om meer patiënten te kunnen helpen.

Niet alleen wordt er gekeken naar de effecten van framing op de overtuiging tot registreren als stamceldonor, ook het verschil tussen mannen en vrouwen wordt onderzocht. Stichting Matchis kampt met een tekort aan mannen in het stamceldonorbestand (zie bijlage 3). Dit is de reden dat er wordt gekeken naar het verschil tussen mannen en vrouwen op de overtuigende werking van het frame. Door dit te onderzoeken kan er inzicht gewonnen worden hoe mannen overtuigd kunnen worden tot

stamceldonatie.

Ten derde wordt er ook gekeken naar de mate van altruïsme en de invloed daarvan op de werking van het frame. Uit het onderzoek van Steele et al. (2008) is gebleken dat de meeste bloeddonoren een hoge altruïstische persoonlijkheid hebben. Huidig onderzoek tracht te weten te komen of altruïsme een moderator is in de overtuiging tot het registreren als stamceldonor. Mocht altruïsme een rol spelen in de overtuiging tot stamceldonatie, dan kan ook daar op worden ingespeeld bij nieuwe wervingscampagnes.

Het doel van dit onderzoek is erachter te komen welke van de twee frames effectiever is in het overtuigen van potentiële donoren. Hiermee zouden stichtingen en organisaties, zoals Matchis, hun communicatie voor het werven van donoren kunnen aanpassen naar de meest effectieve manier. Zo lukt het hopelijk om meer stamceldonoren te werven en op die manier meer patiënten te kunnen laten genezen van hun ziekte. Ook kan het tekort aan mannen aangepakt worden en wordt er onderzocht hoe altruïsme een rol speelt in het overtuigingsproces.

Theoretisch kader

Framing theorie

Framing is de manier waarop informatie gepresenteerd wordt of welk perspectief gebruikt wordt om een bericht te communiceren (Nabi, 2003). Entman (1993) legt het uit als volgt: “Iets framen/kaderen is het selecteren van bepaalde aspecten van een waargenomen realiteit en deze belangrijker maken (benadrukken) in een tekst, op zo’n manier dat een bepaald probleem, causale interpretatie, morele evaluatie of een behandeling wordt gepromoot” (geciteerd in Nabi, 2003, p. 225).

In dit onderzoek wordt gekeken naar goal framing. Bij goal framing ligt de focus op een positieve uitkomst (gain) of een negatieve uitkomst (loss) van gedrag (Levin et al., 1998). Bij loss framing wordt de negatieve uitkomst van het niet uitvoeren van een actie benadrukt, bijvoorbeeld het overlijden bij het niet vinden van een stamceldonor. Bij een gain frame wordt de positieve uitkomst van het wel uitvoeren van een actie genoemd, bijvoorbeeld het genezen na het ontvangen van een stamceltransplantatie. Bij beide frames wordt dezelfde actie gepromoot, maar dit onderzoek hoopt uit te wijzen welk frame de grootste overtuigingskracht heeft om dit resultaat te behalen.

Prospect theory

Eerder onderzoek (Kahneman & Tversky, 1979) legt uit hoe frames overtuigend kunnen werken. Hun *prospect theory* stelt dat een frame een overtuigende werking heeft op de attitude en gedragsintentie van de lezer. Doordat er wordt benadrukt wat de gevolgen van het wel of niet uitvoeren van een actie zijn, is de lezer sneller overtuigd om over te gaan tot actie. Een loss frame is overtuigend omdat mensen risico willen vermijden en dan voor de minst-risicovolle optie zullen kiezen wanneer er een keuze gegeven wordt (Kahneman & Tversky 1979). Als er wordt benadrukt dat iemand overlijdt als er geen donor is (loss frame), dan is de verwachting dat de lezer risico van de

patiënt wil vermijden en zich zal aanmelden als donor (gedragsintentie). Een gain frame kan ook overtuigend werken, omdat mensen gevoelig zijn voor een verbetering in welvaart of welzijn. Mocht een patiënt overleven na het ontvangen van stamcellen van een donor, dan verbetert het welzijn van de patiënt en is de verwachting dat de lezer hierdoor overtuigd raakt zich aan te melden als stamcelldonor (gedragsintentie).

Echter is de prospect theorie ontwikkeld rondom het idee dat framing overtuigend werkt om gedrag te veranderen om het eigen leven te verbeteren. In huidig onderzoek wordt framing gebruikt om de lezer te overtuigen tot attitude, intentie en gedrag om het leven van een ander te verbeteren. Omdat het te vermijden risico niet het eigen risico is, maar het een risico is dat een ander loopt, is het niet zeker dat de prospect theorie toegepast kan worden op het thema stamcelldonatie. Hetzelfde geldt voor het verbeteren in welzijn/welvaart. Andermans welzijn verbetert na de stamcelldonatie, niet het eigen welzijn.

Theory of Planned Behavior (TPB)

Als er gekeken wordt naar de effectiviteit van frames in overtuigende teksten, moet eerst toegelicht worden welke factoren bepalen of een tekst overtuigend is. Ajzen (1991) heeft de *Theory of Planned Behavior* (TPB) opgesteld, waarin hij stelt dat gedragsintentie de beste voorspeller is van gedrag. Een aantal jaren na Ajzen, hebben Fishbein en Yzer (2003) dit model uitgebreid naar het *Integrative model of Behavioral Prediction*. Dit model is ontwikkeld voor communicatie voor gezondheidszorg en medische onderwerpen en is daarom in dit onderzoek relevant. Dit model laat op haar beurt zien dat attitude, waargenomen norm en eigen-effectiviteit directe invloed hebben op de intentie een bepaald gedrag uit te voeren. Deze drie determinanten worden beïnvloed door een aantal indirecte variabelen zoals demografische eigenschappen, culturele achtergrond, (gedrags-) overtuigingen, etc. (Hoeken et al., 2012). In dit onderzoek wordt alleen attitude gemeten als voorspeller van intentie, omdat attitude de voornaamste voorspeller van intentie is (Ajzen, 1991; Godin & Kok, 1996). Attitude wordt door Hyde en White (2013) beschreven als “de positieve of negatieve evaluatie van gedrag” (p. 2462). Lemmens et al. (2005) stellen dat ook de consequenties van dat gedrag een belangrijke rol spelen bij de evaluatie van het gedrag.

Eerder onderzoek

Er is eerder veel onderzoek gedaan naar framing. Meerdere studies richtten zich op goalframing bij orgaandonatie. Vaak wordt er geen verschil gevonden tussen het gain en loss frames (Cohen, 2010; Chien & Chang, 2015). De studie van Chien en Chang (2015) onderzocht alleen het effect op intentie. Bij het onderzoek van Cohen (2010) werden attitude en intentie gemeten na het lezen van een tekst met één van de frames. Zij had verwacht dat een loss frame effectiever zou zijn dan een gain frame. Er werd geen verschil gevonden. Daarentegen hebben Reinhart et al. (2007) gevonden dat het gain frame effectiever was in overtuiging dan het loss frame. In hun onderzoek kregen de participanten een tekst te horen en lezen die daarna ook zelf. De tekst bevatte een gain of een loss frame. Er waren twee metingen, één voor en één na het lezen/horen van de tekst.

Naast deze drie experimenten, is er ook een aantal meta-analyses uitgevoerd binnen dit thema. O’Keefe en Jensen (2006) hebben goalframing onderzocht specifiek binnen de gezondheidscommunicatie. Daar werd ook gevonden dat een gain frame beter werkt dan een loss frame als het om preventie gedrag gaat; het voorkomen dat iets slechter wordt of iemand overlijdt. Daarnaast vergeleken Nabi et al. (2019) onderzoeken naar goalframing met verschillende thema’s en vonden geen verschil in overtuiging tussen gain en loss frames. De analyse van Levin et al. (1998) is het enige dat duidelijk uitwijst dat loss framing overtuigender is dan gain framing. Zij hebben verschillende onderzoeken naar goalframing naast elkaar gelegd. Uit de resultaten blijkt dat de meeste onderzoeken resulteren in een significant verschil tussen gain en loss frames, waarin loss frames overtuigender zijn. De overige onderzoeken lieten geen effecten zien, het gain frame was bij geen enkele studie in deze analyse het meest effectief.

Framing en stamceldonatie

De onderzoeksvraag die gesteld wordt in dit onderzoek, luidt:

OV1: Wat is het verschil tussen gain en loss frames in het effect op de attitude en intentie van de lezer over stamceldonatie?

Het is interessant om goalframing in combinatie met stamceldonatie te onderzoeken en de kennis hierover uit te breiden. Het is met name belangrijk meer kennis te vergaren om te weten te komen hoe goalframing in te zetten is voor stamceldonatie. Ondanks dat er veel onderzoek gedaan is naar overtuiging bij orgaan- en bloeddonatie, is er nog weinig onderzoek gedaan naar overtuiging tot stamceldonatie. Het is relevant dit te onderzoeken omdat er ten eerste een tekort is aan stamceldonoren en ten tweede stamceldonatie een grotere impact heeft op de fysieke gesteldheid van de donor dan bijvoorbeeld bloeddonatie. De resultaten van studies naar het effect van framing op bloed- en orgaandonatie zijn daarom niet van toepassing op stamceldonatie. Stamceldonatie is vaak een eenmalige ingreep waarbij de stamcellen onder narcose uit het beenmerg worden gehaald, of waarbij na het toedienen van een medicijn de donor gedurende een dag(deel) in het ziekenhuis in behandeling is om de stamcellen uit het bloed te laten filteren. De donor kan enkele dagen daarna nog implicaties ervaren. Bloeddonatie gebeurt vaker per jaar en is een kleinere ingreep. Orgaandonatie gebeurt vaak na de dood van de donor. Stamceldonatie is daarom een andere studierichting.

De werking van de prospect theorie kan hierdoor afwijken, omdat het gewenste gedrag een actie is voor het verbeteren van andermans leven, en niet van het eigen leven. Er wordt gekeken of de theorie nog wel van kracht is binnen dit thema. Deze studie is een nieuw onderzoek in dit veld. Nog niet eerder is gekeken naar de werking van de prospect theorie in een context als deze. Door goal framing te onderzoeken in deze context, tracht dit onderzoek de leemte op te vullen.

Vershil tussen mannen en vrouwen

Stichting Matchis geeft aan dat er een tekort is aan mannen in de wereldwijde donorbank. Er zijn veel meer vrouwen die zich hebben geregistreerd als stamceldonor (bijlage 3). Het blijkt echter dat de stamcellen van mannen beter gebruikt kunnen worden dan die van vrouwen. Fingrut et al.

(2018) stellen dat de stamceldonatie van een man, de patiënt minder risico geeft op complicaties na de transplantatie, dan wanneer de stamcellen gedoneerd zijn door een vrouw. Daarnaast ervaart de mannelijke donor zelf ook minder consequenties en zijn de stamcellen ook sterker dan die van vrouwen. Het is daarom heel belangrijk dat meer mannen zich aanmelden als stamceldonor.

Waarom registreren meer vrouwen dan mannen zich als stamceldonor? De studies van Galanis et al. (2008) en Studts et al. (2010) hebben uitgewezen dat vrouwen significant hoger scoren dan mannen op attitude tegenover stamceldonatie. Thornton et al. (2006) hebben gevonden dat de bereidheid van mannen significant lager is voor orgaandonatie dan voor vrouwen. Uit onderzoeken naar de motieven voor donoren om te doneren, blijkt dat vrouwen significant meer vanuit empathische gevoelens voor de ontvanger handelden dan dat mannen deden (Switzer et al., 1997; Glynn et al., 2002). Echter blijkt dat voor bloeddonatie mannen en vrouwen in aantal gelijk zijn (Mikkelsen, 2004) of dat er juist meer mannen zijn die bloed doneren (Godin et al., 2005). Het tekort aan mannen lijkt dus niet voor alle typen donatie op te treden.

In dit onderzoek wordt gekeken naar het verschil tussen vrouwen en mannen in de effecten van goalframing in overtuiging tot stamceldonatie. Er wordt een tweede onderzoeksvraag gesteld, waarin de modererende rol van sekse wordt getest. Er wordt gekeken of het effect van het frame op attitude en intentie, beïnvloed wordt door een verschil tussen mannen en vrouwen;

OV2: Is er verschil tussen mannen en vrouwen in het effect van gain vs. loss frames op attitude en intentie?

Altruïsme

In dit onderzoek wordt ook de mate van altruïsme van de participanten gemeten. Hier wordt gebruik gemaakt van de definitie van altruïsme van Tuszyńska-Bogucka (2019): “Altruism may also be defined as a unselfish behaviour, which brings advantage to someone else, irrespective whether the cost is higher than the benefit for the well-doer who is motivated by concern for the well-being of others” (p. 1043).

Zij stelt ook dat stamceldonatie en vorm van pro sociaal gedrag is en pro sociaal gedrag wordt gezien als altruïstisch als het oprecht is (Tuszyńska-Bogucka, 2019). Volgens Steele et al. (2008) is pro sociaal gedrag een actie die iets oplevert voor een ander.

Het onderzoek van Steele et al. (2008) heeft uitgewezen dat de meeste bloeddonoren gemotiveerd worden door altruïsme en de pro sociale persoonlijkheid. Het onderzoek van Tuszyńska-Bogucka (2019) wees uit dat (onder andere) pro sociaal gedrag en pro sociale acties in het verleden een voorspeller zijn voor het registreren al stamceldonor.

De literatuur zit op een lijn en omdat stamceldonatie altruïstisch gedrag is, wordt er verwacht dat dit invloed heeft op de overtuiging tot de attitude en intentie. De hypothese die wordt gesteld, luidt: H1: Altruïsme modereert het effect van het gain vs. loss frame op de attitude en intentie.

Methode

Participanten en procedure

Dit onderzoek is een experiment met een tussenproefpersoon ontwerp. De participanten tussen de 18 en 35 jaar werden geworven via online sociale mediakanalen en vrienden en familie. Dit is de leeftijdsgroep waar Stichting Matchis haar communicatie op richt, omdat een hogere leeftijd resulteert in kwalitatief minder goede stamcellen en hogere risico's voor de donor zelf (Stichting Matchis, 2019b).

In totaal hebben honderd vijftien participanten (N=115) de vragenlijst in zijn geheel ingevuld. Na een korte analyse van de resultaten, is van 35 respondenten de data verwijderd uit het databestand. Achttien respondenten hebben aangegeven reeds stamceldonor te zijn, deze respondenten hoefden niet meer overtuigd te worden en daarom is hun data verwijderd. De zeventien overige verwijderde respondenten hadden in minder dan dertig seconden de tekst in de vragenlijst gelezen. De tekst is circa 400 woorden lang. Dertig seconden is te kort om deze tekst goed te lezen en te begrijpen. De effecten van het frame op de afhankelijke variabelen zijn daardoor niet valide.

Er bleven in totaal tachtig respondenten (N=80) over, daarvan is 60% vrouw (N=48) en 40% man (N=32). De gemiddelde leeftijd was 23,3 jaar (SD=4,01). Het grootste deel respondenten (66,3%) heeft opleidingsniveau Wetenschappelijk Onderwijs (WO) aangegeven, 22,5% HBO, 8,8%, MBO en 2,5% Voortgezet Onderwijs. De verdeling van geloofsovertuiging was als volgt: 63 respondenten geven aan zich niet te identificeren met een geloofsovertuiging, 14 respondenten zijn christelijk, 2 islamitisch en 1 persoon heeft gekozen voor 'overig'.

De participanten krijgen een online vragenlijst voorgelegd in Qualtrics. Voorafgaand leest de respondent informatie over het onderzoek en de *informed consent*. Vervolgens lezen de participanten één tekst, random toegewezen, gemanipuleerd met het gain of loss frame. Na het lezen van de tekst begint de vragenlijst.

Materiaal

Voor dit onderzoek werden twee teksten ontwikkeld over stamceldonatie, waarvan één met een gain frame en één met een loss frame. De teksten verschilden in het frame, maar zijn verder zo veel mogelijk hetzelfde gehouden. De basistekst is het verhaal van Bart op de website van Matchis. Deze is geselecteerd omdat het een vrij algemeen verhaal was zonder veel persoonlijke aspecten van Bart. Voor de manipulatie van de tekst zijn de namen veranderd. De originele tekst was vanuit het perspectief van Bart geschreven, dit is onmogelijk wanneer er een versie is waar de patiënt zelf overlijdt, daarom zijn de gemanipuleerde teksten vanuit een vriend van de patiënt geschreven.

Deze tekst gaat over Tim (26), hij is gediagnosticeerd met leukemie. Het verhaal wordt verteld vanuit het perspectief van zijn beste vriend Erik. Het begin, de diagnose van de ziekte én het informatiestuk in het midden zijn hetzelfde in beide teksten. Er wordt gezocht naar een donor in de wereldwijde donorbank. Door de teksten over dezelfde patiënt (Tim) te schrijven, kunnen er geen

ongewenste verschillen door identificatie van de lezer met de hoofdpersoon optreden.

In de gain tekst vindt Tim een donor en gaat hij na de genezing samen met Erik naar Australië om het leven te vieren (zie bijlage 1). De volledige tekst is 465 woorden. Hier is een gedeelte van de tekst te lezen:

“Dan ben je afhankelijk van een onbekende donor”, vertelt Erik. Als stamcellen moeten komen van een niet-gerelateerde donor, dan wordt er gezocht in de wereldwijde databank. “Het vinden van een donor is best even spannend. In eerste instantie werd er geen perfecte match gevonden. Uiteindelijk krijgt Tim stamcellen van een donor die een 9 uit 10 match is.”

Na de stamceltransplantatie heeft Tim veel last van afstotingsverschijnselen. “Het was een heel zwaar proces, maar het gaat steeds beter met hem”, vertelt Erik.

Deze tekst is grotendeels overgenomen van de tekst van Bart van matchis.nl. Dit is een tekst met een gain frame omdat er wordt benadrukt wat de gevolgen zijn (genezen) van het uitvoeren van het gewenste gedrag (stamceldonor worden).

In de tekst met loss frame is er voor Tim geen donor gevonden en komt hij te overlijden (zie bijlage 2). Erik gaat dan alsnog naar Australië om de wens van Tim te vervullen. Deze tekst is 456 woorden lang. Een gedeelte van de tekst is hier te lezen:

Dan ben je afhankelijk van een onbekende donor”, vertelt Erik. Als stamcellen moeten komen van een niet-gerelateerde donor, dan wordt er gezocht in de wereldwijde databank. “Het vinden van een onbekende donor is spannend. Er werd voor Tim helaas geen match gevonden. De wereldwijde databank is heel goed doorzocht, maar het mocht voor Tim niet baten.”

Na een kort ziekbed is Tim in juli 2018 helaas overleden. “Het was een heel zwaar proces met een rottig einde”, vertelt Erik.

Deze tekst is gemanipuleerd naar een slecht einde en dus een loss frame. Er wordt uitgelicht wat de gevolgen zijn (overlijden) van het niet uitvoeren van het gewenste gedrag (stamceldonor worden).

Meetinstrumenten

Attitude. De attitude is gemeten aan de hand van de methode van Fishbein en Ajzen (2010) uit Hoeken et al. (2012) op een 7 punt-Likert-type schaal. Er is een variatie op de voorbeeldvragen van Hoeken et al. (2012) uitgevoerd, om de vraag en antwoordopties beter te laten passen bij het onderwerp van de tekst. De antwoordoptie negatief/positief is toegevoegd en plezierig/onplezierig en interessant/vervelend zijn weggelaten. De reden hiervoor is dat stamceldonatie over het algemeen niet gezien wordt als een plezierige actie (tijd en impact van de donatie). Daarnaast passen de opties interessant/vervelend niet goed genoeg bij elkaar omdat stamceldonatie zowel vervelend als interessant kan worden ervaren. In dit onderzoek is gebruik gemaakt van de stelling; ‘Als ik mij aanmeld als stamceldonor, dan is dat...’. Hier kon op de 7 punt-schaal de mening worden gegeven; slecht – goed, onverstandig – verstandig, schadelijk – voordelig, negatief – positief en onbelangrijk – belangrijk. Er is een betrouwbaarheidstest uitgevoerd, daaruit blijkt dat de vijf vragen van attitude betrouwbaar zijn (Cronbach’s alpha = .828). Deze vijf attitude vragen zijn daarom samengevoegd tot

één variabele. Deze nieuwe variabele geeft de gemiddelde score weer van de vijf vragen; hoe hoger de score, hoe positiever de attitude.

Intentie. De tweede variabele is de intentie van de participant het gewenste gedrag uit te voeren. De respondenten konden op de volgende drie stellingen aangeven op de 7 punt-Likert-type schaal in hoeverre ze het ‘helemaal oneens’ (1) of ‘helemaal eens’ (7) waren met de stellingen: ‘Ik ben bereid mij aan te melden als stamceldonor’, ‘Ik ben van plan mij aan te melden als stamceldonor’ en ‘Ik ga mij aanmelden als stamceldonor’. Deze stellingen zijn afgeleid van de voorbeeldvragen van Fishbein en Ajzen (2010) uit Hoeken et al. (2012). De drie vragen van intentie zijn ook betrouwbaar (Cronbach’s alpha = .841). Deze vragen zijn samengevoegd tot één variabele. De nieuwe variabele geeft het gemiddelde weer van de drie intentie vragen; hoe hoger de score, hoe hoger de intentie van de respondenten zich te registreren als stamceldonor.

Altruïsme. De mate van altruïsme van de participant wordt gemeten aan de hand van de Self Report Altruism Scale (SRA) van Rushton et al. (1981), met de selectie stellingen uit Steele et al. (2008). De originele schaal heeft twintig stellingen, Steele et al. (2008) gebruiken er dertien. Deze dertien stellingen zijn hier ook gebruikt. De respondenten geven aan hoe vaak ze de actie gedaan hebben, bijvoorbeeld: ‘Ik heb geld gegeven aan een goed doel’. Deze stellingen worden gemeten met vijf antwoordopties; ‘Nooit’, ‘Eens’, ‘Af en toe’, ‘Vaak’, ‘Bijna altijd’. De dertien stellingen van de SRA schaal (Rushton et al., 1981) zijn intern betrouwbaar (Cronbach’s alpha = .748). Deze stellingen worden daarom samengenomen tot een nieuwe gemiddelde altruïsme variabele. Hoe hoger de score, hoe hoger de altruïstische persoonlijkheid van de respondenten.

Manipulatie check. Er werd aan de respondenten gevraagd in hoeverre de tekst ervaren werd als positief of negatief. Hiermee kon getest worden of het gain frame ervaren werd als een positieve tekst en het loss frame als negatief. Dit is een check of de manipulatie geslaagd is.

Controlevariabelen. Er werd een aantal controlevariabelen gemeten. Ten eerste werd getest of de tekst begrepen was en of deze interessant gevonden werd. Dit werd gemeten aan de hand van een 7 punt-Likert-Type schaal. Ten tweede wordt de respondent gevraagd of hij/zij al stamceldonor is, bloed- of plasmadonor is en iemand kent die stamcellen heeft gedoneerd of heeft ontvangen. Uit de t-toetsen is gebleken dat er geen relatie is tussen de controle variabelen en attitude en intentie. Om deze reden worden de controle variabelen niet verder meegenomen in de analyses.

Demografische gegevens. Er wordt om demografische gegevens gevraagd voor verschillende redenen. De leeftijd wordt bevestigd om de gemiddelde leeftijd vast te stellen en ervoor te zorgen dat alle participanten tussen 18 en 35 jaar oud zijn. Er wordt om sekse (man/vrouw) gevraagd om een eventueel verschil tussen sekse te kunnen onderzoeken (OV2). Er wordt om geloofsovertuiging gevraagd, omdat religie de reden kan zijn voor een positieve of negatieve attitude en intentie tot het gewenste gedrag (Latiff et al., 2016). Omdat ruim 75% van de respondenten zich niet identificeerde met een geloofsovertuiging, zijn deze gegevens niet verder opgenomen in de analyse. Opleidingsniveau wordt bevestigd omdat dat de doelgroep beter in kaart kan brengen. Bijna 90% van de

respondenten is hoogopgeleid, hier moet rekening mee worden gehouden wanneer de resultaten worden geïnterpreteerd.

Analyses

De effecten van de frames op attitude en intentie worden met elkaar vergeleken met onafhankelijke t-testen. Voor de tweede onderzoeksvraag wordt een tweeweg ANOVA (variantieanalyse) gebruikt. Voor het bevestigen of ontkrachten van de hypothese wordt er aan de hand van de PROCESS-tool, model 1, van Hayes (2018) een moderatieanalyse uitgevoerd.

Resultaten

Gemiddelden en correlaties

Tabel 1 geeft de gemiddelden van de variabelen per conditie weer en de correlaties tussen de variabelen.

Tabel 1. *De correlatietabel met de gemiddelden (en standaarddeviaties) van de variabelen op de condities en de correlaties tussen de variabelen. N totaal is 80.*

Variabelen	Gain frame (N=43)	Loss frame (N=37)	1	2	3	4
1. Attitude	5,89 (0,97)	6,23 (0,66)	-			
2. Intentie	4,00 (1,05)	3,96 (1,41)	-,128	-		
3. Altruïsme	2,92 (0,53)	2,75 (0,58)	-,065	,278*	-	
4. Sekse	-	-	,177	,371***	,202	-

* $p < ,05$; *** $p = ,001$

Manipulatie check en randomisatiecheck

Aan de hand van een onafhankelijke t-toets is getest of het gain frame als positief en het loss frame als negatief werd ervaren. Dit werd gemeten met één vraag, een hoge score betekent een positieve ervaring van de tekst, een lage score is negatief. De manipulatiecheck wees uit dat het gain frame een gemiddelde van 5,53 (SD=1,01) scoorde en het loss frame een gemiddelde van 3,86 (SD=1,42) en dit verschil was significant ($t(78) = ,42$; $p < ,001$). De manipulatie is daarmee geslaagd. De randomisatie check heeft uitgewezen dat mannen en vrouwen gelijk over de verschillende condities verdeeld zijn ($\chi^2(1) = ,302$; $p = ,583$).

Effect van framing (OV1)

In de eerste onderzoeksvraag werd het verschil tussen gain en loss frames in het effect op de attitude en intentie van de lezer over stamceldonatie bevraagd. Een onafhankelijke t-toets heeft uitgewezen dat de attitude tegenover stamceldonatie van de lezers van het loss frame marginaal hoger is ($M = 6,23$, $SD = 0,66$) dan de gemiddelde attitude van de lezers van het gain frame ($M = 5,89$, $SD = 0,97$) ($t(78) = -1,82$; $p = ,073$). Zie ook tabel 1. Het loss frame lijkt daarmee overtuigender dan het gain frame. Een tweede onafhankelijke t-toets tussen het frame en intentie laat zien dat de intentie van

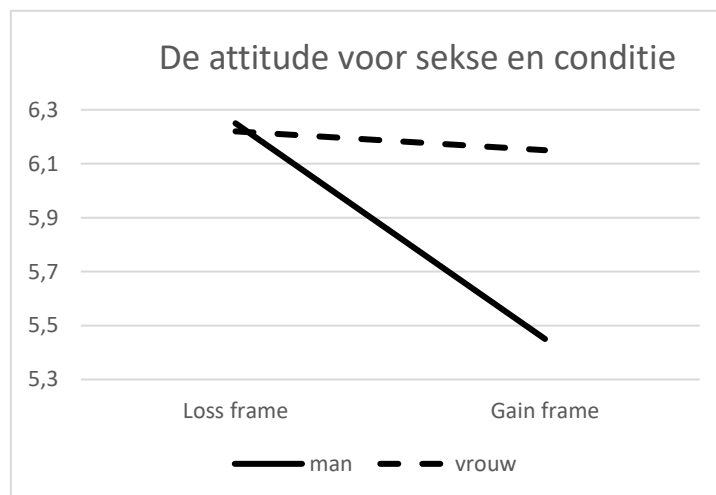
de lezers van het gain frame gemiddeld 4,00 was (SD=1,05) en de gemiddelde intentie bij het loss frame was 3,96 (SD=1,41). De intentie van de lezers van de twee condities is niet significant verschillend ($t(78) = 0,16; p = ,871$). Het frame heeft dus geen effect op de intentie van de lezer zich te registreren als stamceldonor.

Het effect van het verschil tussen mannen en vrouwen (OV2)

De tweede onderzoeksvraag zoekt uit of er een verschil is tussen mannen en vrouwen in het effect op goalframing van stamceldonatie. Om de vraag te beantwoorden zijn er twee tweeweg-ANOVA's gedaan.

De resultaten in het verschil tussen vrouwen en mannen bij attitude zijn als volgt: De attitude van de vrouwelijke lezers is hoog ($M = 6,17, SD = 0,61$). De attitude van de mannen is gemiddeld lager ($M = 5,86, SD = 1,11$), maar niet significant lager ($p = ,115$).

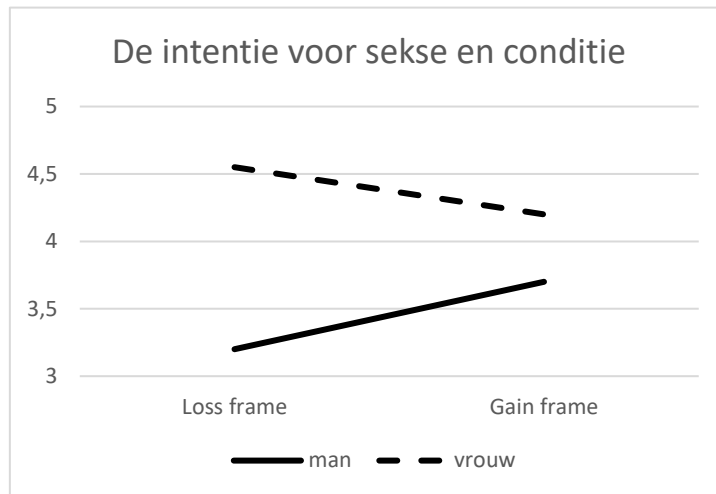
Uit de eerste Tweeweg-ANOVA, waarin de attitude voor man/vrouw en voor conditie gemeten zijn, blijken drie effecten. Ten eerste is er een marginaal hoofdeffect voor sekse ($p = ,099$). De attitude van vrouwen lijkt hoger dan de attitude van mannen. Ten tweede is er een significant hoofdeffect van conditie ($p = ,025$). Een loss frame leidt tot hogere attitude dan een gain frame. Ten derde is er een marginaal interactie-effect voor conditie en sekse op attitude ($p = ,071$). De attitude van de man lijkt hoger bij het loss frame dan bij het gain frame. Voor vrouwen heeft het frame geen effect op attitude (zie figuur 1).



Figuur 1. Tweeweg ANOVA, attitude voor sekse en conditie. Hoofdeffect voor conditie.

De gemiddelde intentie van vrouwen is 4,35 (SD=1,16). De gemiddelde intentie van de mannen is 3,43 (SD=1,11). Het verschil hiertussen is significant ($p = ,001$). Vrouwen hebben een hogere intentie zich te registreren als stamceldonor dan mannen. Dit hoofdeffect is ook uit de tweede Tweeweg-ANOVA gebleken. Onafhankelijk van het frame is de intentie van vrouwen hoger dan de intentie van mannen ($p = ,001$) (zie figuur 2). Uit deze resultaten blijkt dus ook dat het gain of het loss

frame het verschil tussen mannen en vrouwen niet significant kleiner maakt in de overtuiging tot intentie ($p=,119$).



Figuur 2. Tweeweg ANOVA, intentie voor sekse en conditie. Hoofdeffect voor sekse bij intentie

Door het interactie-effect van de ANOVA lijkt het erop dat mannen overtuigd worden tot een betere attitude door het loss frame dan door het gain frame. De hoofdeffecten wijzen uit dat de attitude van vrouwen marginaal hoger is dan die van mannen - ongeacht het gelezen frame - en dat het loss frame overtuigender is tot attitude dan het gain frame. Het hoofdeffect van sekse op intentie laat zien dat het verschil tussen vrouwen en mannen groot is en dat dit niet significant beïnvloed wordt door het gelezen frame.

Effect van altruïsme (H1)

De gegevens in de correlatietabel laten zien dat er een significante correlatie is tussen altruïsme en intentie. Dit betekent dat lezers met een hoge altruïstische persoonlijkheid ook een hogere intentie hebben zich aan te melden als stamceldonor, dan lezers met een minder altruïstisch hebben gescoord.

Met de PROCESS-plugin van Hayes (2018) werd getest of altruïsme de relatie tussen frame en attitude en intentie modereert. De analyse liet geen significant interactie-effect zien voor attitude ($b=,252$; $se=,348$; $p=,472$) en intentie ($b=-,295$; $se=,487$; $p=,546$).

H1: Altruïsme modereert het effect van het gain vs. loss frame op de attitude en intentie. Deze hypothese is niet bevestigd omdat er geen effect is gevonden van altruïsme in het effect van het frame op de attitude en intentie van de lezer.

Conclusie & Discussie

Conclusie van de resultaten

Het doel van het onderzoek was om meer inzicht te krijgen in de effectiviteit van goalframing

als overtuigingstechniek bij stamcelddonatie. Er werd gekeken naar het effect van een gain versus loss frame, de verschillen tussen mannen en vrouwen en de rol van altruïsme in de werking van goalframing.

Uit de resultaten van OV1 is gebleken dat het loss frame iets overtuigender lijkt te zijn dan het gain frame op de attitude van de lezer. Het frame heeft verder geen effect op intentie.

Uit de resultaten van OV2 blijkt dat er een effect en een verschil in sekse is. Ten eerste lijkt sekse een marginale moderator tussen framing en attitude, mannen lijken sneller overtuigd door een loss frame dan een gain frame. Ten tweede is het loss frame significant effectiever voor attitude dan het gain frame. Ten derde lijkt er een hoofdeffect voor vrouwen op te treden, waar de attitude van vrouwen hoger zou zijn dan de attitude van mannen onafhankelijk van het gelezen frame. Daarnaast is er gevonden dat de intentie van vrouwen significant hoger ligt dan de intentie van mannen, ongeacht het gelezen frame.

Uit de resultaten van H1 blijkt dat altruïsme geen moderator is tussen het gelezen frame en de attitude en intentie.

Er kan geconcludeerd worden dat de verschillen tussen de frames en tussen mannen en vrouwen meer inzicht geven in de overtuiging tot stamcelddonatie. Er zal voornamelijk gebruik gemaakt kunnen worden van een loss frame om zowel mannen als vrouwen te overtuigen tot een positieve attitude tegenover stamcelddonatie en de intentie zich te registreren als stamceldonor.

Theoretische implicaties

De bevinding dat de invloed van het frame op attitude anders is dan op intentie gaat in tegen de gelezen literatuur en het TPB (Ajzen, 1991), want attitude zou de grootste voorspeller van intentie moeten zijn (Ajzen, 1991; Godin & Kok, 1996). Het lijkt hier dat de attitude niet de intentie voorspelt. Een verklaring hiervoor kan zijn dat in dit onderzoek de focus ligt op het gedrag aanpassen voor het beter worden van een ander. Het TPB is origineel ontworpen voor het veranderen van gedrag voor het verbeteren voor de zelf. Dit kan de reden zijn dat de attitude zich niet verhoudt tot intentie als voorspeller, omdat de TPB anders zou werken in deze context. Er zou onderzocht kunnen worden waarom mensen wel positief tegenover stamcelddonatie staan (attitude) maar zich niet willen registreren (intentie). Dit kan doormiddel van interviews of gedetailleerde vragenlijsten.

Het marginale resultaat dat het loss frame overtuigender zou zijn dan het gain frame, is verrassend omdat eerdere onderzoeken nog geen duidelijke consensus hadden bereikt. Levin et al. (1998) hadden ook gevonden dat het loss frame in de meeste situaties het meest overtuigend zou zijn. Daartegen is dit resultaat in strijd met de onderzoeken die O'Keefe en Jensen (2006) hadden vergeleken, zij vonden dat een gain frame effectiever is in soortgelijke gevallen. Ook hadden Reinhart et al. (2007) en Chien en Chang (2015) gevonden dat vooral het gain frame meer effect had.

De bevinding dat altruïsme geen moderator is, gaat tegen de verwachting in. Omdat Steele et al. (2008) hadden gevonden dat de meeste bloeddonoren een hoge mate van altruïsme hebben en Tuszyńska-Bogucka (2019) had gevonden dat een pro sociale persoonlijkheid een goede voorspeller

zou zijn voor intentie tot stamceldonatie, werd verwacht dat altruïstische mensen gemakkelijker aan te sporen zouden zijn tot de actie registreren als stamceldonor. Dit blijkt echter niet zo te zijn.

Er moet genoteerd worden dat de resultaten van deze studie voornamelijk gelden voor hoogopgeleide, Nederlandse, niet religieuze mensen. De resultaten kunnen niet gegeneraliseerd worden over een groep mensen die grotendeels afwijkt van de groep respondenten in de studie.

Praktische gevolgen

Het is goed om te weten dat in de context van stamceldonatie een loss frame overtuigender lijkt dan een gain frame. Hierover kan bijvoorbeeld aan Stichting Matchis een advies over worden uitgebracht. Op de website matchis.nl zijn vooral veel positieve teksten te lezen, terwijl uit dit onderzoek blijkt dat er beter teksten met een loss frame op de website gepubliceerd kunnen worden om meer donoren te werven. Met name als het doel is meer mannen te overtuigen tot registratie als stamceldonor, dan zijn teksten met een loss frame het meest effectief. Daarnaast was het loss frame voor vrouwen ook overtuigend, de attitude bij het loss frame was hoger dan het gain frame voor alle lezers. Het publiceren van teksten met een gain frame, wordt daarom sterk afgeraden.

Beperkingen

De eerste beperking van deze studie is dat het onderzoek geen inzicht geeft in het werkelijk uitvoeren van het gedrag. In huidig onderzoek is alleen attitude en intentie gemeten. Om te weten te komen of respondenten zich daadwerkelijk gaan registreren als stamceldonor, ofwel het gewenste gedrag uitgevoerd gaat worden, zou vervolgonderzoek een aantal maanden na de online survey een follow-up moeten doen. Met een follow-up kan gemeten worden hoeveel respondenten zich hebben aangemeld en hoe effectief het frame daadwerkelijk is in overtuiging. In dit onderzoek was het qua tijd niet haalbaar om een follow-up test te doen. Het onderzoek moest binnen een bepaalde periode uitgevoerd worden en heeft qua tijd en lengte niet de mogelijkheid gehad om gedrag te meten met een follow-up.

Ten tweede hebben de respondenten bij de online survey ook opmerkingen achtergelaten. Een aantal respondenten heeft aangegeven dat zij de stellingen van de SRA (Rushton et al., 1981; Steele et al., 2008) lastig te beantwoorden vonden. De redenen die gegeven zijn, zijn onder andere dat de respondent zelf geen invloed zou hebben op hoe vaak deze gebeurtenissen zich voordoen, de persoon zou de actie wel willen uitvoeren maar een kans heeft zich nog niet aangeboden én er zou een zesde antwoordoptie 'niet van toepassing' gewenst zijn. Naar aanleiding van deze kritiek kan geconcludeerd worden dat de vragen niet goed begrepen zijn of onjuist ingevuld zijn. Dit zou ook kunnen betekenen dat de resultaten van altruïsme niet valide zijn. Dit kan verklaren waarom niet het verwachte effect is gevonden. In volgend onderzoek zou kritischer gekeken moeten worden naar het gebruik van de stellingen van de SRA (Rushton et al., 1981) en hoe deze passen in de hedendaagse samenleving en hoe ze bevraagd worden.

Ten derde waren er zeventien respondenten die in minder dan dertig seconden de tekst (frame) hadden gelezen en daarom verwijderd zijn. Deze data kon niet serieus genomen worden omdat de tekst

in dertig seconden niet volledig te lezen en te begrijpen is en daardoor de effecten en de overtuiging niet goed gemeten konden worden. De instructietekst bij de tekst was nu: ‘Lees de tekst aandachtig’. Deze instructie had duidelijker moeten zijn, zodat eerst de tekst gelezen moest worden en daarna pas verder kon worden geklikt naar de vragen. Een andere optie zou kunnen zijn een timer van minimaal 45 seconden op de tekst te zetten, voordat de respondent door kan gaan naar de vragenlijst. Een laatste optie om dit probleem te voorkomen is de vragenlijst niet online af te nemen. Wanneer de onderzoeker de respondent kan zien terwijl de vragenlijst wordt ingevuld, kan deze monitoren of de respondent de tekst serieus leest en de tijd neemt. Offline heeft de onderzoeker meer grip op de manier waarom de data verzameld wordt.

Vervolgonderzoek

Een eerste aanbeveling voor vervolgonderzoek zou een grotere steekproef zijn. Vervolgonderzoek zou betere resultaten voort kunnen brengen aan de hand van een grotere steekproef dan huidig onderzoek. Meer respondenten zullen meer inzicht bieden in de effectiviteit van de manipulatie en de resultaten zullen concreter zijn.

Ten tweede zou verder onderzoek een voorbeeld kunnen nemen aan de verdeling tussen mannen en vrouwen in huidig onderzoek. Het is belangrijk dat deze verdeling goed is om conclusies te trekken over verschillen en overeenkomsten tussen mannen en vrouwen.

Als laatste lijkt de prospect theorie in dit onderzoek wel van kracht te zijn. Om de toepassing van deze theorie op het thema stamcelddonatie verder te kunnen testen is meer onderzoek nodig. Vervolgonderzoek zou meer inzicht kunnen geven in de werking van de prospect theorie.

Conclusie

Dit onderzoek heeft getracht het verschil in effectiviteit van het gain versus loss frame te laten zien. Met deze overtuigingsstechniek zijn nieuwe inzichten verworven ter verbetering van communicatie om stamceldonoren te werven. De belangrijkste boodschap van dit onderzoek is dat een loss frame effectiever lijkt dan een gain frame in de overtuiging tot stamceldonatie. Een gain frame is voor mannen minder effectief, een loss frame is voor zowel mannen als vrouwen effectief. Er wordt daarom aangeraden een tekst met loss frame te gebruiken in wervingscampagnes voor stamceldonoren.

Referenties

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. doi: [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Chien, Y. H., & Chang, W. T. (2015). Effects of message framing and exemplars on promoting organ donation. *Psychological Reports: Employment Psychology & Marketing*, 117(3), 692-702. doi: <https://doi.org/10.2466%2F01.PR0.117c25z7>
- Cohen, E. L. (2010). The role of message frame, perceived risk, and ambivalence in individuals' decisions to become organ donors. *Health communication*, 25(8), 758-769. doi: <https://doi.org/10.1080/10410236.2010.521923>
- Fingrut, W., Rikhranj, K., & Allan, D. (2018). Targeted recruitment of male donors for allogeneic haematopoietic cell transplantation: A review of the evidence. *International Society of Blood Transfusion*, 113, 307-316. doi: <https://doi.org/10.1111/vox.12632>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. Psychology press.
- Fishbein, M., & Yzer, M. C. (2003). Using theory to design effective health behaviour interventions. *Communication Theory*, 14(2), 164-183. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2003.tb00287.x>
- Galanis, P. A., Sparos, L. D., Katostarar, T., Velonakis, E., & Kalokerinou, A. (2008). Factors that influence Greeks' decision to register as potential bone marrow donors. *Transplantation Proceedings*, 40, 1271-1274. doi: <https://doi.org/10.1016/j.transproceed.2008.03.139>
- Glynn, S. A., Kleinman, S. H., Schreiber, G. B., Zuck, T., Mc Combs, S., Bethel, J., ... Williams, A.E. (2002). Motivations to donate blood: demographic comparisons. *Transfusion*, 42, 216-225. doi: <https://doi.org/10.1046/j.1537-2995.2002.00008.x>
- Godin, G., & Kok, G. (1996). The theory of planned behaviour: A review of its applications to health related behaviors. *American Journal of Health Promotion*, 11(2), 87-98. doi: <https://doi.org/10.4278%2F0890-1171-11.2.87>
- Godin, G., Sheeran, P., Connor, M., Germain, M., Blondeau, D., Gagné, C., ... Naccache, H. (2005). Factors explaining the intention to give blood among the general population. *Vox Sanguinis*, 89(3), 140-149. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1423-0410.2005.00674.x>
- Hoeken, H., Hornikx, J. M. A., & Hustinx, L. (2012). *Overtuigende teksten: Onderzoek en ontwerp*. Bussum, Coutinho.

- Hyde, M. K., & White, M. (2013). Testing an extended theory of planned behaviour to predict young people's intentions to join a bone marrow donor registry. *Journal of Applied Social Psychology, 43*, 2462-2467. doi: <https://doi.org/10.1111/jasp.12195>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: an analysis of decision under risk. *Econometrica, 47*(2), 263-292.
- Latiff, D. S. A., Rivas, C., & Long-Sutehall, T. (2016). Organ donation behaviour: understanding the factors stimulating the decision to register as a potential organ donor: a scoping review in completion of Mileston Two of Mphil/PhD pathway. *Working Papers in the Health Sciences, 1*(15), 1-8.
- Lemmens, K. P. H., Abrahams, C., Hoekstra, T., Ruiter, R. A. C., De Kort, W. L. A. M., Brug, J., & Schaalma, H. P. (2005). Why don't young people volunteer to give blood? An investigation of the correlates of donation intentions among young nondonors. *Transfusion, 45*, 945-955. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1537-2995.2005.04379.x>
- Levin, I. P., Schneider, L., & Gaeth, G. J. (1998). All frames are not created equal: a typology and critical analysis of framing effects. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes, 76*(2), 149-188. doi: <https://doi.org/10.1006/obhd.1998.2804>
- Mikkelsen, N. (2004). Who are the donors in 2003. *Transfusion Clinique et Biologique, 11*, 47-52. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tracli.2003.11.002>
- Nabi, R. L. (2003). Exploring the framing effects of emotion. Do discrete emotions differentially influence information accessibility, information seeking, and policy preference? *Communication Research, 30*(2), 224-247. doi: <https://doi.org/10.1177%2F0093650202250881>
- Nabi, R. L., Walter, N., Oshidary, N., Endacott, C. G., Love-Nichols, J., Lew, Z. J., & Aune, A. (2019). Can emotions capture the elusive gain-loss framing effect? A Meta-Analysis. *Communication Research, 1*-24. doi: <https://doi.org/10.1177%2F0093650219861256>
- O'Keefe, D. J., & Jensen, J. D. (2006). The advantages of compliance on the disadvantages of noncompliance? A meta-analytic review of the relative persuasive effectiveness of gain-framed and loss-framed messages. *Communication yearbook, 30*, 1-43. doi: <https://doi.org/10.1080/23808985.2006.11679054>
- Reinhart, A. M., Marshall, H. M., Feeley, T. H., & Tutzauer, F. (2007). The persuasive effects of message framing in organ donation: the mediating role of psychological reactance. *Communication Monographs, 74*(2), 229-255. doi: <https://doi.org/10.1080/03637750701397098>

- Rushton, J. P., Chrisjohn, R. D., & Fekken, G. C. (1981). The altruistic personality and the self-report altruism scale. *Personality and Individual Differences*, 2(4), 293-302. doi: [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(81\)90084-2](https://doi.org/10.1016/0191-8869(81)90084-2)
- Steele, W. R., Schreiber, G. B., Guiltinan, A., Nas, C., Glynn, S. A., Wright, D. J., ... Garratty, G. (2008). The role of altruistic behaviour, empathetic concern, and social responsibility motivation in blood donation behaviour. *Transfusion*, 48(1), 43-54. Doi: <https://doi.org/10.1111/j.1537-2995.2007.01481.x>
- Stichting Matchis (2019a). *Nederland telt nu 300.000 stamceldonoren*. Opgehaald van Matchis.nl: <https://www.matchis.nl/actueel/300.000e-geregistreerde-stamceldonor/>
- Stichting Matchis (2019b). *Wie kan stamceldonor worden?* Opgehaald van Matchis.nl: <https://www.matchis.nl/word-stamceldonor/wie-kan-stamceldonor-worden/>
- Stichting Matchis (2019c). *Over stamceldonatie*. Opgehaald van Matchis.nl: <https://www.matchis.nl/over-stamceldonatie/>
- Studts, J. L., Ruberg, J. L., McGuffin, S. A., & Roetzer, L. M. (2010). Decisions to register for the National Marrow Donor Program: rational vs emotional appeals. *Bone Marrow Transplantation*, 45, 422-428. Doi: 10.1038/bmt.2009.174
- Switzer, G. E., Dew, M. A., Butterworth, V. A., Simmons, R. G., & Schimmel, M. (1997). Understanding donors' motivations: a study of unrelated bone marrow donors. *Social Science & Medicine*, 45, 137-147. Doi: [https://doi.org/10.1016/S0277-9536\(96\)00327-9](https://doi.org/10.1016/S0277-9536(96)00327-9)
- Thornton, J. D., Wong, K. A., Cardenas, V., Curtis, J. R., Spigner, C., & Allen, M. D. (2006). Ethnic and gender differences in willingness among high school students to donate organs. *Journal of Adolescent Health*, 39, 266-274. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2005.12.028>
- Tuszyńska-Bogucka, W. (2019). 'Be the match'. Predictors of decisions concerning registration in potential bone marrow donor registry in a group of Polish young adults as an example of prosocial behaviour. *Current Psychology*, 38(4), 1042-1061. doi: <https://doi.org/10.1007/s12144-019-00319-5>

Bijlage 1 - Tekst met gain frame

Tim (26) krijgt begin 2016 te horen dat hij leukemie heeft. Zijn beste vriend Erik vertelt zijn verhaal.

“Het begon met wat vage klachten”, herinnert Erik zich: “Tim was snel vermoeid, had steken in zijn buik en hij had het snel koud. Niets bijzonders, dacht hij. Ik vond dat hij het bij de huisarts moest laten checken, maar Tim was eigenwijs en vond het niet nodig. Toen de klachten maar niet weg gingen, heeft hij toch maar even bloed laten prikken.”

Kort na het bezoek aan de huisarts werd Tim gebeld. De arts vertelde dat het niet goed was. In het ziekenhuis kwam niet veel later de diagnose: Chronische Myeloïde Leukemie. Erik: “Tims vooruitzichten waren redelijk goed, er zijn namelijk veel medicijnen om de ziekte te behandelen. Maar anderhalf jaar en vijf verschillende behandelingen later bleek niks te werken.”

De enige behandeling die overblijft is een stamceltransplantatie. Bij stamceltransplantatie krijgt de patiënt stamcellen van een donor. Stamcellen kunnen gedoneerd worden vanuit het bloed of het beenmerg. De donor en patiënt moeten een match zijn qua weefseltypering (HLA) zodat de stamcellen kunnen hechten in het lichaam van de patiënt. Tims beide zussen worden getest, maar blijken geen match te zijn. “Dan ben je afhankelijk van een onbekende donor”, vertelt Erik. Als stamcellen moeten komen van een niet-gerelateerde donor, dan wordt er gezocht in de wereldwijde databank. “Het vinden van een donor is best even spannend. In eerste instantie werd er geen perfecte match gevonden. Uiteindelijk krijgt Tim stamcellen van een donor die een 9 uit 10 match is.”

Na de stamceltransplantatie heeft Tim veel last van afstotingsverschijnselen. “Het was een heel zwaar proces, maar het gaat steeds beter met hem”, vertelt Erik. “Vanaf het moment dat hij de diagnose kreeg heeft hij tegen mij gezegd: als ik me beter voel, dan gaan we samen naar Australië! Tot drie keer toe hebben we tickets geboekt, maar telkens moesten we de reis op het laatste moment annuleren.”

In september 2018 gaat de reis, bij de vierde poging, eindelijk wél door. Erik: “Toen we in Australië aankwamen waren we allebei echt klaar voor een nieuw positief avontuur. Het was heel bijzonder, we hebben echt het leven gevierd. Het is ontzettend fijn dat Tim een donor kon vinden en daardoor heeft kunnen genezen. Zonder de donor van Tim had hij deze reis nooit kunnen maken. Sterker nog, zonder donor was hij er misschien niet meer geweest. Het was een heel zwaar traject, maar dankzij deze kans en de cellen van de donor mag en kan Tim weer genieten van het leven.”

Wereldwijd is er een groot tekort aan stamceldonoren. Misschien bent u wel een match met een patiënt en heeft u ook de kans een leven te redden. Bezoek www.matchis.nl voor meer informatie over stamceldonatie en hoe u kan helpen.

Bijlage 2 - Tekst met loss frame

Tim (26) krijgt begin 2016 te horen dat hij leukemie heeft. Zijn beste vriend Erik vertelt zijn verhaal.

“Het begon met wat vage klachten”, herinnert Erik zich: “Tim was snel vermoeid, had steken in zijn buik en hij had het snel koud. Niets bijzonders, dacht hij. Ik vond dat hij het bij de huisarts moest laten checken, maar Tim was eigenwijs en vond het niet nodig. Toen de klachten maar niet weg gingen, heeft hij toch maar even bloed laten prikken.”

Kort na het bezoek aan de huisarts werd Tim gebeld. De arts vertelde dat het niet goed was. In het ziekenhuis kwam niet veel later de diagnose: Chronische Myeloïde Leukemie. Erik: “Tims vooruitzichten waren redelijk goed, er zijn namelijk veel medicijnen om de ziekte te behandelen. Maar anderhalf jaar en vijf verschillende behandelingen later bleek niks te werken.”

De enige behandeling die overblijft is een stamceltransplantatie. Bij stamceltransplantatie krijgt de patiënt stamcellen van een donor. Stamcellen kunnen gedoneerd worden vanuit het bloed of het beenmerg. De donor en patiënt moeten een match zijn qua weefseltypering (HLA) zodat de stamcellen kunnen hechten in het lichaam van de patiënt. Tims beide zussen worden getest, maar blijken geen match te zijn. “Dan ben je afhankelijk van een onbekende donor”, vertelt Erik. Als stamcellen moeten komen van een niet-gerelateerde donor, dan wordt er gezocht in de wereldwijde databank. “Het vinden van een onbekende donor is spannend. Er werd voor Tim helaas geen match gevonden. De wereldwijde databank is heel goed doorzocht, maar het mocht voor Tim niet baten.”

Na een kort ziekbed is Tim in juli 2018 helaas overleden. “Het was een heel zwaar proces met een rottig einde”, vertelt Erik. “Vanaf het moment dat hij de diagnose kreeg heeft hij tegen mij gezegd: als ik me beter voel, dan gaan we samen naar Australië! Tot drie keer toe hebben we tickets geboekt, maar telkens moesten we de reis op het laatste moment annuleren.”

In september is Erik zelf naar Australië gegaan om de droom van Tim zelf waar te maken. “Het was jammer dat we dit niet samen hebben kunnen doen, maar ook heel fijn om deze reis alsnog voor Tim te kunnen maken. Ik mis Tim nog elke dag. Het is ontzettend jammer dat hij geen donor kon vinden en daardoor niet heeft kunnen genezen. Als hij een donor had gevonden, was het misschien wel gelukt. Ik ga mij er sterk voor maken dat meer mensen zich aanmelden als stamceldonor, want je kan er echt een leven mee redden.”

Wereldwijd is er een groot tekort aan stamceldonoren. Misschien bent u wel een match met een patiënt en heeft u de kans een leven te redden. Bezoek www.matchis.nl voor meer informatie over stamceldonatie en hoe u kan helpen.

Bijlage 3 - Infographic

Infographic van Stichting Matchis, gepubliceerd op de Facebookpagina 'Stichting Matchis' op 17 mei 2019.



MATCHIS
HET NEDERLANDS CENTRUM
VOOR STAMGELDONDREN