

Het verhaal waarmee de gemeente Utrecht op weg ging naar een groene toekomst.

Een onderzoek naar het effect van narratieve argumentatie op de attitude van de Utrechtse wijkbewoners.

Naam student: Kjeld Melchers

Studentennummer: 1243896

Masterscriptie (TLMV16411)

Master Communicatie en Organisatie, collegejaar 2023-2024

Faculteit Geesteswetenschappen, Universiteit van Utrecht

Eerste lezer/scriptiebegeleider: Bram Vertommen

Tweede lezer: Charlotte van Hooijdonk

Datum: 9 februari 2024

Aantal woorden: 19825

Aantal woorden exclusief citaten: 18810

Inhoudsopgave

Abstract	3
1. Inleiding	4
2. Theoretisch kader	5
2.1 Organisatie verhalen	6
2.2 Narratieve argumentatie	6
2.3 Het transportatieproces.....	7
2.4 Welke taalelementen moet een tekst met narratieve argumentatie bevatten om overtuigend te zijn?.....	7
2.5 Hoe verschilt narratieve argumentatie van feitelijke argumentatie?	12
2.6 Attitude	13
2.7 De gemeente Utrecht.....	16
2.8 Wijkberichten.....	16
2.9 Onderzoeksvragen en hypothesen.....	18
3. Methode	21
3.1 Interviews	22
3.2 Ontwerp van het stimulusmateriaal	27
3.3 Fictieve elementen	36
3.4 Procedure van de enquête	42
3.5 Meetinstrumentatie	46
3.6 Demografische gegevens van de participanten.....	53
3.7 Data-analyse.....	56
4. Resultaten	57
4.1 Algemene beoordeling.....	57
4.2 De gemiddelde scores per attitudeconstruct	57
4.3 Demografische eigenschappen van de participanten en hun beoordelingen.....	59
5. Discussie	61
6. Conclusie	64
7. Advies	66
Appendix	
Literatuurlijst	71
Bijlage A: Wijkbericht A.....	77
Bijlage B: Wijkbericht B.....	78
Bijlage C: Vragenlijst	80
Bijlage D: Consentformulier.....	83
Bijlage E: Nieuw wijkbericht.....	85
Bijlage F: Oud wijkbericht.....	88
Bijlage G: interviewvragen	89

Abstract:

Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van de gemeente Utrecht. In dit onderzoek is gekeken wat het effect is van een wijkbericht met narratieve argumentatie (argumenten verhuld in een verhaal) op de attitude van lezers. Om dit effect te meten zijn twee wijkberichten met elkaar vergeleken; een huidige wijkbericht van de gemeente Utrecht met feitelijke argumentatie en een herschreven wijkbericht met narratieve argumentatie. Om dit stimulusmateriaal op te stellen zijn er zes interviews afgenomen met verschillende communicatiemedewerkers van de gemeente Utrecht. Vervolgens is met een enquête gemeten wat het effect is van een wijkbericht met narratieve argumentatie op de attitude van de lezers vergeleken met een non-narratief wijkbericht. Hierbij is er gekeken naar drie attitudeconstructen; de affectieve reactie, de cognitieve reactie en de conatieve reactie (Breckler, 1984). De verwachting van dit onderzoek was dat een narratief wijkbericht de attitude van de Utrechtse lezers positiever zou beïnvloeden dan een non-narratief wijkbericht.

De resultaten van dit onderzoek tonen aan dat een narratief wijkbericht de affectieve reactie van de lezer positiever beïnvloedt dan een non-narratief wijkbericht. Dit effect werd echter niet gevonden voor de cognitieve- en conatieve attitudereactie. Op basis van deze bevindingen is er een advies geformuleerd voor de gemeente Utrecht. De gemeente wordt geadviseerd om met de wijkberichten de inwoners op dezelfde feitelijke manier moet informeren en overtuigen over de geplande herinrichtingen zoals ze dit momenteel al doet. Daarnaast is het advies voor de gemeente om in de wijkberichten een gedeelte te reserveren om een narratief element toe te voegen (bijvoorbeeld een korte quote of een kort verhaal). De positieve affectieve attitudereactie van de lezer op het narratieve element is waardevol voor de gemeente Utrecht om een duurzame relatie op te bouwen met de inwoners van de stad (Franzak, Makarem, & Jae, 2014; Batra & Ray, 1986).

1. Inleiding

De gemeente Utrecht heeft ambitieuze plannen om de stad te verduurzamen. Om deze plannen mogelijk te maken, is de gemeente onder andere van plan om verschillende straten voor 2040 opnieuw in te richten. Deze herinrichting acht de gemeente noodzakelijk om een duurzaam antwoord te bieden op de verwachte bevolkingsgroei van 360.000 naar 450.000 inwoners (zie Mobiliteitsplan 2040; Gemeente Utrecht, 2021c).

In de praktijk stuiten deze plannen echter geregeld op weerstand vanuit de inwoners (Duic, 2021). Vaak komt dit doordat inwoners het gevoel hebben dat de gemeente niet naar hen luistert (Duic, 2021). Hierdoor lopen veel herinrichtingen vertragingen op en blijven de positieve effecten van de herinrichting uit (Van de Vusse, 2019). Het gevoel van de inwoners dat zij niet worden gehoord door de gemeente is opvallend. De gemeente organiseert namelijk met het actieprogramma 'Samen stad maken' geregeld participatiemomenten om samen met inwoners een herinrichtingsplan te ontwikkelen voor de wijk (Gemeente Utrecht, z.d.-b). Veel herinrichtingsplannen voor de wijken in Utrecht komen dan ook voort uit een samenwerking tussen de bewoners en de gemeente.

De gemeente Utrecht informeert de inwoners over de herinrichtingsplannen via wijkberichten. In de wijkberichten staat vermeld wat er besloten is tijdens de participatiemomenten. Toch blijft het gevoel bij de wijkbewoners heersen dat de gemeente Utrecht niet genoeg naar hen luistert. Deze behoefte van de inwoners biedt echter ook mogelijkheden voor de gemeente om anders na te denken over wat de rol van de inwoners kan zijn voor de communicatie van de gemeente.

Om het vertrouwen in de lokale politiek te herstellen en om teleurstelling te voorkomen wil de gemeente Utrecht op een andere manier in de wijkberichten communiceren over de herinrichtingsplannen. Dit nieuwe wijkbericht moet de inwoners meer het gevoel geven dat de gemeente naar hen luistert. Daarnaast moet dit nieuwe wijkbericht ervoor zorgen dat de wijkbewoners een positievere attitude aannemen tegenover de herinrichtingsplannen vergeleken met het huidige wijkbericht.

Een communicatievorm die bedrijven in de reclamewereld geregeld gebruiken om de attitude van de ontvanger positief te beïnvloeden is narratieve argumentatie (Chang, 2009). Hierbij presenteert de zender de argumenten voor een standpunt niet op een feitelijke manier maar verkondigt de zender de argumenten voor een bepaald standpunt impliciet door de argumenten te verhullen in een verhaal. Het is echter nog onbekend of narratieve argumentatie ook in staat is om de attitude van de ontvangers positief te beïnvloeden in overheidsteksten (zoals een wijkbericht).

Om de Utrechtse inwoners een stem te geven in de communicatie en om de attitude van de inwoners positief te beïnvloeden, is er voor dit onderzoek een nieuw wijkbericht opgesteld. In dit nieuwe wijkbericht verkondigt een Utrechtse wijkbewoner via een narratief de argumenten voor de herinrichtingsplannen van de gemeente. Hiermee wordt er gebruikgemaakt van een communicatiemiddel die in staat is om de attitudes van ontvangers positief te beïnvloeden. Daarnaast geeft de gemeente de inwoners meer een 'stem' in de communicatie rondom de herinrichtingsplannen. In dit onderzoek zijn we benieuwd of een wijkbericht met narratieve argumentatie zorgt voor een positievere attitude tegenover de wegwerkzaamheden dan een wijkbericht zonder narratieve argumentatie.

2. Theoretisch kader

Het volgende hoofdstuk licht toe hoe er in de literatuur gedacht wordt over narratieve argumentatie en het begrip attitude. Daarnaast verheldert dit hoofdstuk wie de gemeente Utrecht is en wat deze organisatie als (communicatie)doel heeft met de wijkberichten.

Dit hoofdstuk valt op te delen in drie delen. Deel een bestaat uit paragraaf 2.1 tot en met 2.4 en behandelt de relevante literatuur voor dit onderzoek. Paragraaf 2.1 bespreekt waarom organisaties gebruikmaken van narratieve teksten. Paragraaf 2.2 beschrijft wat narratieve argumentatie is. Paragraaf 2.3 legt het transportatieproces uit. Paragraaf 2.4 gaat in op de taalelementen die een narratieve tekst moet bevatten om de lezer te overtuigen. Paragraaf 2.5 staat stil bij het verschil tussen narratieve argumentatie en feitelijke argumentatie. Paragraaf 2.6 geeft een definitie van het begrip attitude.

Deel twee bestaat uit paragraaf 2.7 en 2.8 en gaat in op de contextuele achtergrond van dit onderzoek. Paragraaf 2.7 geeft achtergrondinformatie over de organisatie (Gemeente Utrecht). Paragraaf 2.8 gaat dieper in op de vraag: wat zijn wijkberichten precies en waarom gebruikt de gemeente Utrecht deze vorm van communicatie?

Deel drie bestaat enkel uit paragraaf 2.9. In deze paragraaf worden de hypotheses en onderzoeksvraag gepresenteerd.

2.1 Organisatieverhalen

Organisaties verkondigen hun externe boodschappen tegenwoordig steeds vaker in een verhalende vorm (Sanders & Krieken, 2008, p. 220). Wanneer een boodschap in een verhalende vorm voorkomt, dan spreken communicatieprofessionals van *storytelling*. Storytelling verwijst naar het proces waarin een zender (bijvoorbeeld de gemeente Utrecht) informatie op strategische wijze tot een verhaal verwerkt om bij de ontvangers een bepaald effect te bereiken (Sanders & Krieken, 2008).

Organisatieverhalen worden in opdracht van een organisatie speciaal geschreven om via communicatieve doelen zoals overtuigen of emotioneren een hoger gelegen organisatiedoel bij de lezer strategisch te bereiken (Sanders & Krieken, 2008). Typerend aan deze verhalen is dat ze vaak waargebeurd, of waarachtig zijn. Hierbij moet wel vermeld worden dat organisatieverhalen in zekere zin 'ontworpen' zijn door de organisatie (Sanders & Krieken, 2008). In een organisatieverhaal staat vaak een ervaring vermeld van iemand die op een of andere wijze bij de organisatie betrokken is, bijvoorbeeld als klant, patiënt of als inwoner van een stad (Sanders & Krieken, 2008).

2.2 Narratieve argumentatie

Er bestaan verschillende definities van een verhalende/narratieve tekst. Dit onderzoek houdt de definitie van Berman en Katzenberger (2004) aan. Zij stellen dat een verhalende/narratieve tekst een weergave is van een reeks gebeurtenissen die elk op een bepaald moment in de (al dan niet denkbeeldige) tijd plaatsvinden en die standaard in chronologische volgorde worden weergegeven (Berman & Katzenberger, 2004).

Wanneer een organisatie als doel heeft om een lezer te overtuigen met een verhaal, dan maakt deze organisatie gebruik van narratieve beïnvloeding (narrative persuasion). Narratieve beïnvloeding is elke invloed op de overtuigingen of attitude van een lezer die ontstaan is door een bericht in een verhaalvorm (Bilandzic & Busselle, 2013, p. 201). Typerend aan een narratieve beïnvloeding is dat de voor- of tegenargumenten niet gepresenteerd zijn in vorm van feiten en cijfers maar verhuld zijn in de vorm van een verhaal (Chang, 2009). Een argument verhuld in een verhaal wordt hierdoor ook wel een narratief argument genoemd (Chang, 2009). Het positieve effect van narratieve argumentatie is vooral terug te zien bij organisaties uit de reclame-industrie (Chang, 2009). Het is nuttig voor deze organisaties om gebruik te maken van narratieve argumentatie omdat lezers de argumenten in de tekst dan minder kritisch verwerken. Hierdoor is het gemakkelijker voor organisaties om de attitude van de lezers positief te beïnvloeden (Chang, 2009).

2.3 Het transportatieproces

In het algemeen geldt dat een narratief dient om de betrokkenheid van de lezer met de tekst te vergroten (Sanders & Krieken, 2008, p. 220). Dit is belangrijk omdat een hogere betrokkenheid van de lezer leidt tot een positievere attitude richting de boodschap van de organisatie (Escalas, Moore, & Britton, 2004). Deze betrokkenheid bij het narratief wordt vaak aangeduid als *transportatie* (Green & Brock, 2002). Transportatie is een proces waarbij de lezer volledig geabsorbeerd raakt door het narratief, niet langer beïnvloed wordt door externe prikkels uit de fysieke omgeving en denkbeeldig zelf deel gaat uitmaken van het verhaal (Green & Brock, 2002). Dit transportatieproces is cruciaal voor een narratief om de attitude van de lezer positief te beïnvloeden (Green & Brock, 2002).

Transportatie, ook wel “narratief engagement” genoemd (Hoeken, 2009), bestaat uit de volgende vier dimensies:

1. Het narratief houdt de aandacht van de lezer vast.
2. Het narratief roept levendige beelden op bij de lezer.
3. De lezer kan zich identificeren met het personage uit het narratief.
4. Het narratief roept de gewenste emoties op bij de lezer (Busselle & Bilandzic, 2008).

Om de attitude van de lezer positief te beïnvloeden, is het belangrijk dat een narratieve tekst deze vier dimensies oproept bij de lezers.

2.4 Welke taalelementen moet een tekst met narratieve argumentatie bevatten om overtuigend te zijn?

Deze paragraaf licht de vier dimensies van transportatie verder toe en hoe deze in een narratief verwerkt kunnen worden. De vier dimensies van transportatie zijn: aandacht, levendige beelden, identificatie met de personages en emoties (Busselle & Bilandzic, 2008).

2.4.1 Aandacht

De eerste dimensie van het transportatieproces heeft betrekking op de aandacht van de lezers. Bij deze dimensie is het van belang dat lezers hun aandacht exclusief richten op de narratieve tekst. Wanneer zij dit doen, dan vallen signalen uit de werkelijke omgeving niet of minder snel op (Busselle & Bilandzic, 2008). Wanneer een lezer de tekst aandachtig leest dan laat deze zich niet afleiden door externe signalen. Er wordt in dit geval ook wel gezegd dat een lezer in een “*flow*” zit. Csikszentmihalyi (1990) omschrijft “*flow*” als een ervaring waarbij een persoon volledig door een activiteit geabsorbeerd is. Wanneer een persoon volledig geabsorbeerd is door de activiteit, dan ziet deze persoon zich niet meer los van de handeling

die hij/zij uitvoert. Wanneer iemand volledig in de flow zit, dan heeft een lezer dus het gevoel dat hij/zij daadwerkelijk in het verhaal aanwezig is dat hij/zij aan het lezen is (Csikszentmihalyi, 1990). Als gevolg van de aandacht voor het verhaal, gaan de lezers minder kritisch staan ten opzichte van het (impliciete) standpunt dat uit dit verhaal voortvloeit (Slater & Rouner, 2002).

Om ervoor te zorgen dat lezers een tekst aandachtig lezen, is het belangrijk om van tevoren goede leesinstructies mee te geven (McCrudden, Schraw & Hartley, 2006). Door leesinstructies te vermelden, passen lezers een leesstrategie toe waarin ze aandachtiger op zoek gaan naar specifieke soorten informatie in de tekst die relevant zijn om hun doelen te bereiken (bijvoorbeeld een vragenlijst goed invullen). Doordat de lezers aandachtig op zoek gaan naar informatie uit de tekst verwerken zij de informatie beter zonder dat de leestijd toeneemt (McCrudden et al., 2006). Lezers die van tevoren leesinstructies meekrijgen, tonen vervolgens beter begrip van een tekst dan lezers die geen leesinstructies hebben meegekregen (McCrudden et al., 2006). De dimensie 'aandacht' is dan ook een manipulatie die vooral voorafgaand aan het stimulusmateriaal (bijvoorbeeld een wijkbericht) opgeroepen moet worden.

2.4.2 Levendige beelden

De tweede dimensie betreft de beelden die een narratief bij een lezer mentaal oproept (Busselle & Bilandzic, 2008). Nisbett en Ross (1980) stellen dat een narratief "levendige informatie" moet oproepen voor de overtuigingskracht. Nisbett en Ross (1980) definiëren "levendige informatie" als informatie die beelden oproept, dicht bij de lezers staat en emotioneel interessant is. Deze beelden geven de lezers de illusie dat zij zelf bij de gebeurtenissen aanwezig zijn (Green & Brock, 2002). De details in het narratief over de locatie en de gebeurtenissen vormen een belangrijke determinant om een tekst 'levendig' te maken (Nisbett & Ross, 1980). Nisbett en Ross (1980) voorspellen dat levendige informatie zwaarder weegt in het beoordelingsproces van een tekst dan minder levendige informatie. Ook hebben zij drie determinanten opgesteld waar een tekst aan moet voldoen om levendigheid op te roepen bij de lezer: concreetheid, nabijheid en emotioneel interessant.

1. Concreetheid: de tekst bevat details over de betrokken personen, handelingen en situaties. Hoe meer details er bekend zijn, hoe gemakkelijker het is voor de lezer om de gebeurtenissen voor te stellen.

2. Nabijheid: de gebeurtenissen uit de tekst sluiten goed aan op de belevingswereld van het publiek. Bijvoorbeeld een verhaal over iets wat gisteren in je eigen straat is gebeurd, voelt levendiger aan dan dezelfde gebeurtenis tien jaar geleden in een andere stad.

3. Emotioneel interessant: de mate waarin een gebeurtenis een gevoel oproept bij de lezer. Wanneer iemand in een verhaal zich in zijn vinger snijdt, dan roept dit minder emotie op dan wanneer iemand zijn arm verliest. (Nisbett & Ross, 1980)

Nisbett en Ross (1980) stellen dat deze determinanten met elkaar kunnen interageren. Een narratief over een gebeurtenis in de straat van de lezer (nabijheid) is bijvoorbeeld gemakkelijker voor te stellen (concreet) en zal ook meer gevoel (emotie) oproepen. Concrete ervaringen die in de belevingswereld van de lezer hebben afgespeeld en veel emotie oproepen, hebben hierdoor een sterke invloed op de attitude van de lezer (Nisbett & Ross, 1980).

2.4.3 Identificatie met een personage

De derde dimensie van transportatie is identificatie. Hierbij is het van belang in hoeverre een lezer zich kan identificeren (of sympathiseren) met de personages uit het narratief (Busselle & Bilandzic, 2008). Identificatie kan plaatsvinden wanneer een lezer sympathie voelt voor het personage uit het verhaal (Hoeken, Kolthoff & Sanders, 2016). Daarnaast menen Slater en Rouner (2002) dat identificatie kan plaatsvinden wanneer de lezer zichzelf vindt lijken op een personage uit het narratief of de mogelijkheid ziet tot een sociale relatie met een dergelijk persoon.

Waarbij het levendige element 'nabijheid' uit de vorige dimensie betrekking had op de omgeving en de wereld waarin het narratief afspeelt, heeft deze dimensie betrekking op de mate waarin een lezer zich kan herkennen in het personage uit een narratief. Het maakt voor de narratieve transportatie of de identificatie met de personages uit het narratief niet uit of het narratief vanuit de eerste, tweede of derde persoon verteld wordt (Christy, 2017; Chen, Bell & Taylor, 2016).

In het onderzoek van Chen et al. (2016) wordt het volgende fragment uit een narratief gebruikt om identificatie bij de lezer op te roepen:

(1). *“This is the story of my coworker Michelle nearly fatal encounter with caffeine. She is a 24 year old girl and lives in California.”*

(Chen et al., 2016)

In deze twee zinnen staat informatie vermeld over het geslacht, leeftijd en afkomst van het hoofdpersonage uit het narratief zodat de lezer zich hiermee kan identificeren. Wanneer een lezer zich identificeert met de personages uit het narratief, dan kan dit ertoe leiden dat deze lezer de gebeurtenissen uit het narratief als “dichterbij” ervaart. Een lezer voelt op dat moment mee met wat het personage overkomt (Nisbett & Ross, 1980). Als gevolg van de identificatie

met een personage uit het narratief, kan het publiek open gaan staan voor eventuele afwijkende overtuigingen en attitudes (Busselle & Bilandzic, 2008).

Er zijn verschillende manieren waarop identificatie met een personage de attitude van een lezer kan beïnvloeden. Een optie is dat een lezer de overtuigingen en attitudes overneemt die het personage in het narratief uit. In veel narratieve teksten verwoordt de schrijver echter geen expliciete opinies en attitudes via de personages uit het narratief (Hoeken, 2009).

De *Media enjoyment*-theorie (Nabi & Krcmar, 2004) biedt een andere verklaring voor hoe identificatie met een personage tot een attitudeverandering kan leiden. Om deze theorie uit te kunnen leggen, moeten we eerst naar de vierde dimensie van transportatie kijken: emoties.

2.4.4 Emoties

De emoties die een narratieve tekst oproept bij de lezer is de vierde dimensie van het transportatieproces (Busselle & Bilandzic, 2008). Hoeken (2009) voorspelt dat een narratief alleen overtuigend is als deze erin slaagt om relevante emoties op te roepen bij de lezer. Als de schrijver een wenselijke situatie presenteert, dan moet het narratief positieve emoties losmaken bij de lezer zoals blijdschap, plezier en vreugde. Als de schrijver een onwenselijke situatie presenteert, dan moet het narratief negatieve emoties losmaken zoals woede en verdriet. Of de tekst relevante emoties bij de lezer oproept of niet, hangt dus af van of de geschetste situatie in het narratief wenselijk of onwenselijk is (Hoeken, 2009).

Deze redenering komt voort uit de *media enjoyment* theorie (Nabi & Krcmar, 2004), die stelt: wanneer een mediagebruiker (bijvoorbeeld een lezer) plezier ervaart aan een mediavorm (bijvoorbeeld een verhaal), dan beïnvloedt deze mediavorm de attitude van de mediagebruiker positief. Om de attitude van de lezers positief te beïnvloeden, is het dus belangrijk dat de lezer de tekst als “plezierig” ervaart.

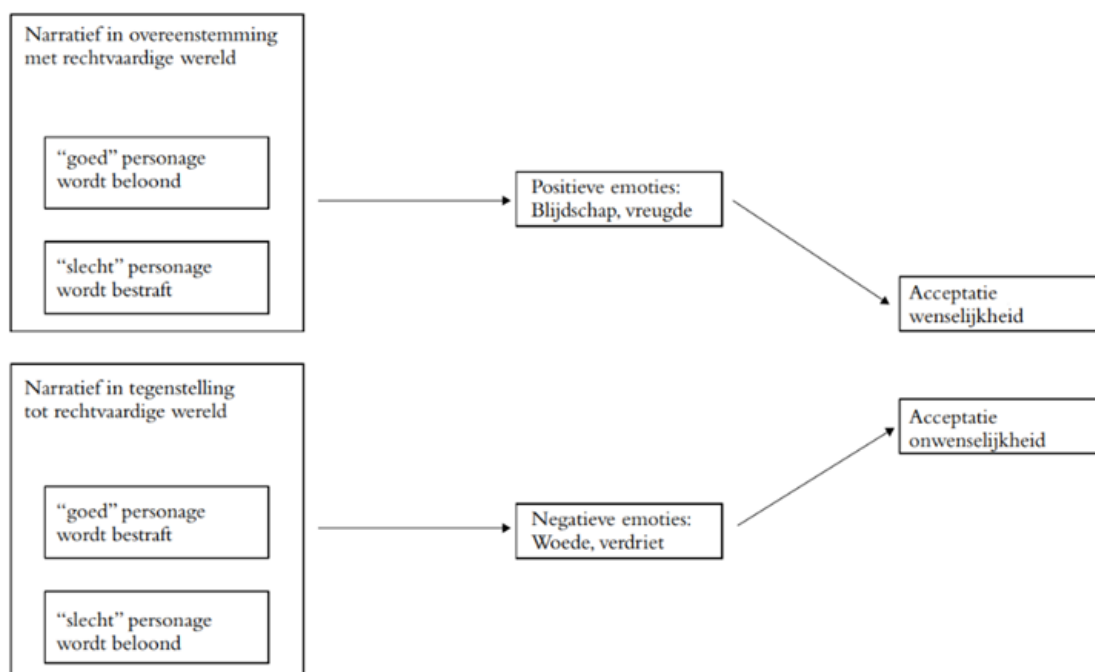
Om een narratief zo op te stellen zodat lezers deze als plezierig ervaren, is het van belang om de ‘*disposition theory*’ (Raney, 2006) te benoemen. Deze theorie beschrijft hoe een lezer plezier beleeft aan een narratief. Ten eerste is het van belang dat de lezer een band krijgt met een of meer personages uit het narratief. De emoties die een lezer kan voelen bij een personage varieert van extreem positief tot onverschillig tot extreem negatief. Deze emoties baseert een lezer op basis van hoe moreel het personage uit het narratief handelt. Wanneer het personage uit het narratief moreel handelt zorgt dit ervoor dat de lezers empathie uiten voor het personage en zich meer met dit personage identificeren. Wanneer een personage uit het narratief zich niet moreel gedraagt leidt dit tot antipathie bij de lezers en identificeren de lezers zich minder met dit personage.

Deze redenering is in lijn met de *'just world hypothesis'* (Lerner, 2003). Volgens dit idee willen mensen graag dat de wereld rechtvaardig is. Een rechtvaardige wereld is voor veel mensen een wereld waarin het goede beloond wordt en het kwade bestraft. Hierdoor ervaart een lezer een narratief als plezieriger wanneer het narratief goed afloopt. Een narratief loopt goed af wanneer het "goede" personage wint. Een narratief loopt slecht af als het "slechte" personage wint (Raney, 2006).

Tot slot, de emoties die een narratief oproept bij de lezer vormt een indicatie van hoe (on)wenselijk de lezers een situatie beoordelen. Wanneer de lezers boosheid en verdriet uiten na het lezen van een narratief, dan is dit een indicatie dat de lezers het gepresenteerde standpunt of de gepresenteerde maatregel als een onwenselijke situatie beschouwen. Blijdschap en vreugde zijn juist indicaties van een wenselijke situatie (Raney, 2006). De emoties die bijdragen aan het plezier dat lezers beleven aan een verhaal lijken dan ook de verklaring te vormen voor de overtuigende werking van een narratief (Hoeken, 2009). Volgens deze redenering zou een tekst met narratieve argumentatie in het overtuigingsproces vooral de wenselijkheid (of onwenselijkheid) van een gevolg of maatregel benadrukken. In figuur 1 is te zien hoe een narratief de attitude van de lezer kan beïnvloeden.

Figuur 1

Een model voor de overtuigende werking van narratieve argumentatie (ontleend uit Hoeken, 2009)



2.5 Hoe verschilt een narratief argument van een feitelijk argument?

In de reclamewereld is er veel onderzoek gedaan naar feitelijke argumentatie en narratieve argumentatie. Hierbij staat vaak de vraag centraal, hoe reageert men op narratieve argumentatie vergeleken met feitelijke argumentatie (Chang, 2009)?

Feitelijke argumenten zijn uitspraken die pretenderen waar te zijn. Een argument kan dus feitelijk zijn omdat de lezer het argument als feitelijk waar beoordeelt (Schellens & Schuurs, 2016).

Bijvoorbeeld: *'Voor elke liter benzine die een auto gebruikt komt 2269 gram CO2 vrij. Om het CO2-gehalte in de lucht terug te dringen moeten we duurzamere voertuigen gebruiken waarbij minder of geen CO2 meer vrijkomt.'* (ANWB, z.d.)

Daarnaast kan een argument feitelijk zijn omdat het argument feitelijk waar is (Schellens & Schuurs, 2016).

Bijvoorbeeld: *'Amsterdam is de hoofdstad van Nederland'*.

Een feitelijk argument is een uitspraak die lezers op zijn waarheid of waarschijnlijkheid beoordelen en niet op zijn wenselijkheid (Schellens & Schuurs, 2016). Hoeken (2009) stelt daarentegen dat narratieve argumentatie juist vooral een nuttige bijdrage levert wanneer een zender een evaluatief standpunt ondersteunt. Oftewel, een tekst met narratieve argumentatie is in het overtuigingsproces vooral effectief om de wenselijkheid (of onwenselijkheid) van een gevolg of maatregelen te benadrukken (Hoeken, 2009).

In de literatuur zijn er uiteenlopende meningen over welk type argument effectiever is om de attitude van een lezer positief te beïnvloeden. Zo stellen Green en Brock (2002) dat het kritisch vermogen van een publiek afneemt zodra de zender de argumenten verhult in een narratief. Dit effect is te verklaren aan de hand van het transportatieproces (Green & Brock, 2002). Door dit proces is het publiek minder in staat om de argumenten kritisch te beoordelen. Dit is opvallend aangezien lezers zich meer betrokken voelen met een boodschap wanneer de zender een boodschap presenteert in de vorm van een narratief (Escalas, Moore, & Britton 2004).

De resultaten van Green en Brock (2002) staan hiermee dan ook haaks op de theorieën uit het *Elaboration Likelihood Model* (ELM-model) van Petty en Cacioppo (1986) of het *Heuristic-Systematic Model* van Chaiken (1987). Deze modellen proberen de persuasieve effecten te verklaren van teksten die ontworpen zijn met de intentie om een publiek te overtuigen (bijvoorbeeld: advertenties of politieke toespraken). De theorieën achter deze modellen

veronderstellen dat lezers een tekst kritischer verwerken naarmate zij zich meer betrokken voelen bij de boodschap. Door de toegenomen kritische verwerking van de boodschap is de aanname dat het publiek vervolgens alleen nog door sterke feitelijke argumenten overtuigd zou kunnen worden.

In de praktijk blijken deze expliciete feitelijke argumenten echter niet noodzakelijk om een betrokken lezer te overtuigen. Bij narratieve overtuiging wordt namelijk het tegenovergestelde effect voorspeld: naarmate het publiek zich meer betrokken voelt bij het verhaal, verliest het haar kritische vermogens en zou het gemakkelijker te beïnvloeden zijn (Green & Brock, 2002).

Het grote verschil tussen feitelijke argumentatie en narratieve argumentatie is dat er bij narratieve argumentatie transportatie ontstaat bij de lezer en bij feitelijke argumentatie niet (Chang, 2009). Het moment wanneer de lezer zich verliest in de wereld van het verhaal terwijl hij/zij de "echte" wereld achterlaat, wordt gezien als de sleutel voor de overtuigingskracht van een verhaal (Hoeken, 2009). De informatie die een lezer op doet in de wereld van het verhaal wordt mee teruggenomen in de werkelijke wereld. Hierdoor kan een verhaal de attitude van de lezer positief beïnvloeden (Green & Brock, 2002).

2.6 Attitude

We weten nu hoe narratieve teksten in staat zijn om de attitude van een lezer positief te beïnvloeden. De volgende paragraaf gaat dieper in op het begrip attitude en uit welke constructen dit begrip bestaat. Om het begrip 'attitude' te duiden, houdt dit onderzoek de definitie van Breckler (1984) aan:

(2). *“Attitude is defined as a response to an antecedent stimulus or attitude object. The stimulus may or may not be observable, and can best be thought of as an independent or exogenous variable. Affect, behavior, and cognition are three hypothetical, unobservable classes of response to that stimulus”*

(Breckler, 1984).

Attitude is dus een reactie van een ontvanger (bijvoorbeeld een lezer) op het voorafgaande stimulusmateriaal. Het stimulusmateriaal in dit onderzoek is een wijkbericht zonder narratieve argumentatie en een wijkbericht met narratieve argumentatie. Breckler (1984) onderscheidt het begrip 'attitude' in drie verschillende reacties:

1. **Affectieve reactie:** wat de ontvanger emotioneel voelt. Bijvoorbeeld positieve emoties zoals blijdschap en vreugde of negatieve emoties zoals verdriet en neerslachtigheid.

2. **Cognitieve reactie:** wat de ontvanger denkt. De gedachten van een ontvanger kunnen bijvoorbeeld in lijn zijn met de gepresenteerde uitingen uit het stimulusmateriaal of juist niet in lijn zijn met deze uitingen.

3. **Conatieve reactie:** hoe de ontvanger handelt. Deze reactie kan zich bijvoorbeeld uiten doordat een lezer bepaalde gepresenteerde plannen wel of niet steunt. (Breckler, 1984).

Deze benadering van het begrip attitude is in lijn met het ABC-model van Ellis (1991). In dit model wordt het begrip attitude belicht vanuit een psychologische invalshoek.

Dit model berust op het gegeven dat ieder mens de behoefte heeft om een gelukkig leven na te streven ten opzichte van een ongelukkig leven. Deze behoefte is volgens Ellis (1991) zowel biologisch (de behoefte om te eten) als sociaal aangeleerd (we eten graag lekker eten). Om een gelukkig leven te leven, vormen we een positieve attitude richting zaken die in lijn zijn om dit doel te bereiken en een negatieve attitude met zaken die niet in lijn zijn met dit doel (Ellis, 1991). Mensen handelen volgens het ABC-model op een emotionele (Affective response), gedragsmatige/ conatieve (Behavior) of cognitieve (Cognitive) wijze om dit doel te verwezenlijken. Deze drie reacties interacteren sterk met elkaar en geven een beeld van de attitude van een persoon tegenover een onderwerp (Ellis, 1991). Als een lezer dus positief staat tegenover een onderwerp (bijvoorbeeld de herinrichtingsplannen van de gemeente) dan is dit terug te zien in de positieve emoties, gedachten en handelingen die een lezer uit in relatie tot het onderwerp.

2.6.1 Affectieve reactie

Als iemand de affectieve reactie onderzoekt dan is deze persoon geïnteresseerd in de emotionele reactie van bijvoorbeeld een lezer op een tekst (Breckler, 1984). De affectieve reactie is niet een evaluatieve reactie op het stimulusmateriaal, maar een representatie van de stemming en gevoelens die het stimulusmateriaal losmaakt bij de ontvanger (Batra & Ray, 1986). Daarbij toont het reclameonderzoek van Batra en Ray (1986) aan dat de affectieve reactie medieert tussen het stimulusmateriaal en de attitude ten opzichte van het stimulusmateriaal en (in kleine mate) de attitude tegenover de afzender/ de organisatie. Wanneer het stimulusmateriaal dus een positief gevoel oproept bij de lezers dan verhouden de lezers zich ook positiever tegenover het stimulusmateriaal en in kleine mate ook positiever tegenover de afzender.

De affectieve reactie kan onder andere gemeten worden door participanten via een vragenlijst te vragen in welke mate ze positieve of negatieve emoties voelen richting het stimulusmateriaal (Raedts & Dupré, 2015).

2.6.2 Cognitieve attitude

Bij de cognitieve attitude wordt gemeten wat een lezer denkt wanneer hij/zij het stimulusmateriaal heeft gezien. Hierbij bekijkt een onderzoeker bijvoorbeeld welke overtuigingen, kennis en gedachten de lezer heeft nadat deze bepaald stimulusmateriaal (bijvoorbeeld een wijkbericht) heeft gezien (Breckler, 1984). Daarbij toont het onderzoek van Bullock, Shulman, en Huskey (2021) het effect aan van een narratieve tekst op het begrip van lezers. In dit onderzoek hebben 554 studenten een narratieve tekst of een non-narratieve tekst gelezen waarin de negatieve effecten van overmatig cafeïnegebruik omschreven stonden. De resultaten uit dit onderzoek toonde aan dat een narratieve tekst zorgt voor een gemakkelijkere verwerking van de informatie dan een non-narratieve tekst. De verbeterde verwerking van de narratieve tekst resulteerde erin dat studenten eerder overtuigd waren door de narratieve tekst vergeleken met de non-narratieve (Bullock et al., 2021).

De cognitieve reactie kan onder andere gemeten worden door participanten via een vragenlijst te vragen of ze de boodschap uit het stimulusmateriaal onthouden hebben en begrijpelijk vonden (Raedts & Dupré, 2015).

2.6.3 Conatieve attitude

Bij de conatieve attitude wordt gekeken naar de gedragsintenties van de lezers nadat deze het stimulusmateriaal heeft gezien (Breckler, 1984). Om te begrijpen waarom het belangrijk is om de gedragsintenties van de lezers in kaart te brengen, wordt er vaak verwezen naar "*the theory of planned behaviour*" (Ajzen, 1991). Deze theorie stelt dat de gedragsintentie van een individu een belangrijke voorspeller is om te bepalen hoe gemotiveerd een individu is om dit gedrag wel of niet uit te voeren. Dit betekent echter niet dat de gedragsintenties gelijk staan aan het daadwerkelijke gedrag. Als generieke regel hanteert deze theorie: hoe sterker de gedragsintentie van een individu is om bepaald gedrag uit te voeren, hoe waarschijnlijker het is dat hij/zij dit gedrag daadwerkelijk uitvoert (Ajzen, 1991, p. 181). Het is dus verstandig om de gedragsintenties van de lezers te meten omdat dit een indicatie geeft of het stimulusmateriaal in staat is om het gedrag van de lezers aan te passen.

De conatieve reactie kan onder andere gemeten worden door participanten via een vragenlijst te vragen in welke mate ze geneigd zijn bepaald gedrag wel of niet uit te voeren (Raedts & Dupré, 2015).

2.7 De gemeente Utrecht

De gemeente Utrecht is een overheidsinstantie die zich inzet voor de inwoners van de gemeente Utrecht (Overheid, z.d.). De gemeente Utrecht is verdeeld in meerdere organisatieonderdelen zoals “ontwikkelorganisatie Ruimte” (Gemeente Utrecht, 2023b). Ontwikkelorganisatie Ruimte houdt zich bezig met alle vraagstukken rondom de indeling van de stad. Hieronder valt ook de afdeling mobiliteit (Gemeente Utrecht, z.d.-a). Deze afdeling informeert en overtuigt de inwoners van Utrecht over de geplande wegwerkzaamheden en mobiliteitsplannen van de gemeente Utrecht. Dit doet de gemeente door middel van een wijkbericht (Gemeente Utrecht, z.d.-c).

2.8 Wijkberichten

Wanneer de gemeente een wijk in Utrecht opnieuw inricht, dan informeert de organisatie de inwoners uit deze wijk. Dit gebeurt met een wijkbericht (Gemeente Utrecht, z.d.-b). Een wijkbericht wordt zowel fysiek uitgedeeld in de vorm van een brief (zie afbeelding 1), als dat het online terug te vinden is op een projectpagina (zie afbeelding 2, Gemeente Utrecht, 2023c). De focus van dit onderzoek ligt alleen op de tekst van de fysieke brief omdat iedere wijkbewoner in het geval van een herinrichting ten minste te maken krijgt met deze communicatievorm.

Het organisatieverhaal dat de gemeente Utrecht overkoepelend communiceert in het mobiliteitsbeleid en in de wijkberichten is dat de gemeente een bevolkingsgroei verwacht van 360.000 naar 450.000 inwoners in 2040. Hierdoor zullen veel wegen en straten heringericht moeten worden om de toenemende druk op de stad op een duurzame manier aan te kunnen (zie Mobiliteitsplan 2040; Gemeente Utrecht, 2021c). Op dit moment maakt de gemeente Utrecht in de wijkberichten enkel gebruik van non-narratieve teksten, zoals te zien in (3). In deze teksten is er maar minimale persuasieve communicatie aanwezig (communicatie om lezers te overtuigen van een standpunt) (zie bijlage A). Bijvoorbeeld:

- (3). *“De komende periode verbeteren we de Burgemeester Reigerstraat. We richten de straat zo in dat het prettiger wordt om er te wonen, winkelen en verblijven. Daarnaast verbeteren we de doorgaande route voor fietsers.”*

Daarnaast communiceert de gemeente in het mobiliteitsbeleid enkel met feitelijke argumentatie zoals te zien in (4):

- (4). *“Door hogere temperaturen in de zomer en meer regen in de winter verandert het reisgedrag. Op de (extreem) hete dagen reizen meer mensen met het openbaar*

vervoer en op aangename winterdagen wordt er veel gefietst. Hitte en regen zijn aanleiding om de openbare ruimte te vergroenen en ruimte voor de opvang van water te creëren.” (Mobiliteitsplan 2040; Gemeente Utrecht, 2021c p.28)

Afbeelding 1

Voorbeeld van een fysiek wijkbericht. (Gemeente Utrecht, 2021a)



Ruimte

Telefoon 14030
E-Mail nachtegaalreiger@utrecht.nl
www.utrecht.nl/nachtegaalreiger

Wijkbericht

oktober 2021

Herinrichting Burgemeester Reigerstraat

De komende periode verbeteren we de Burgemeester Reigerstraat. We richten de straat zo in dat het prettiger wordt om er te wonen, winkelen en verblijven. Daarnaast verbeteren we de doorgaande route voor fietsers. Op 1 november 2021 starten de werkzaamheden. In dit wijkbericht leest u wat dit voor u betekent.

Planning en aanmer

Op maandag 1 november 2021 start de herinrichting van de Burgemeester Reigerstraat. Als alles volgens planning verloopt is de herinrichting in april 2022 gereed. De werkzaamheden vinden plaats tussen 7.00 en 19.00 uur. In enkele gevallen kan ook op zaterdag worden gewerkt. In opdracht van de gemeente Utrecht voert aannemer NTP B.V. de werkzaamheden uit.

Werkfases

De aannemer voert het werk in verschillende fases uit. Elke fase bestaat uit een werkvak van ongeveer 80 meter. Dit is in verband met de bereikbaarheid voor de hulpdiensten. Per vak duren de werkzaamheden ongeveer twee tot drie weken.

We starten op 1 november 2021 met twee werkvakken. Dit is fase 1. Beide vakken zijn aan de even zijde van de straat. Het eerste vak is vanaf de hoek met de Maliebaan tot halverwege huisnummer 8. Zo blijft huisnummer 8 bereikbaar. Het tweede vak is aan de andere kant van de Burgemeester Reigerstraat, vanaf de rotonde aan het Wilhelminapark tot en met de kruising met de J.M. Kemperstraat.

Over de volgende fases informeren wij u later in een apart wijkbericht.

Verkeer en bereikbaarheid

Tijdens de werkzaamheden in de eerste fase is de Burgemeester Reigerstraat in één richting (Maliebaan naar Oudwijkderwasstraat) open voor bestemmingsverkeer. Dit geldt voor voertuigen van bewoners en (winkel)bevoorrading. Het doorgaande verkeer leiden we met borden om.

Fietsers hebben in beide richtingen doorgang.

Voetgangers kunnen altijd veilig langs de werkvakken lopen en zo de woningen, winkels en horecavakken in de straat bereiken.

Tijdens de werkzaamheden kunnen zijstraten afgesloten worden. Omléidingen communiceren we met een wijkbericht, via de website en geven we met borden aan.

Parkeren auto's en fietsen

Tijdens de werkzaamheden zijn de parkeerplaatsen in de Burgemeester Reigerstraat niet beschikbaar. Vooraf worden er parkeerverboden geplaatst. De ruimte van de parkeerplaatsen is nodig voor laden en lossen, het werkvak en voor het verkeer. Heeft u een parkeervergunning? Dan verzoeken wij u tijdens de werkzaamheden ergens anders in het gebied te parkeren.

Ook de fietsers vragen wij om tijdens de werkzaamheden ergens anders te parkeren. Dat kan in de zijstraten of op de Maliebaan in de fietsparkeervakken.

Laden en lossen

Bevoorrading van bedrijven gaat met tijdelijke laad- en losplekken. Deze worden aangegeven met een duidelijk bord en zijn in de buurt van de huidige laad- en losplekken.

Openbaar vervoer

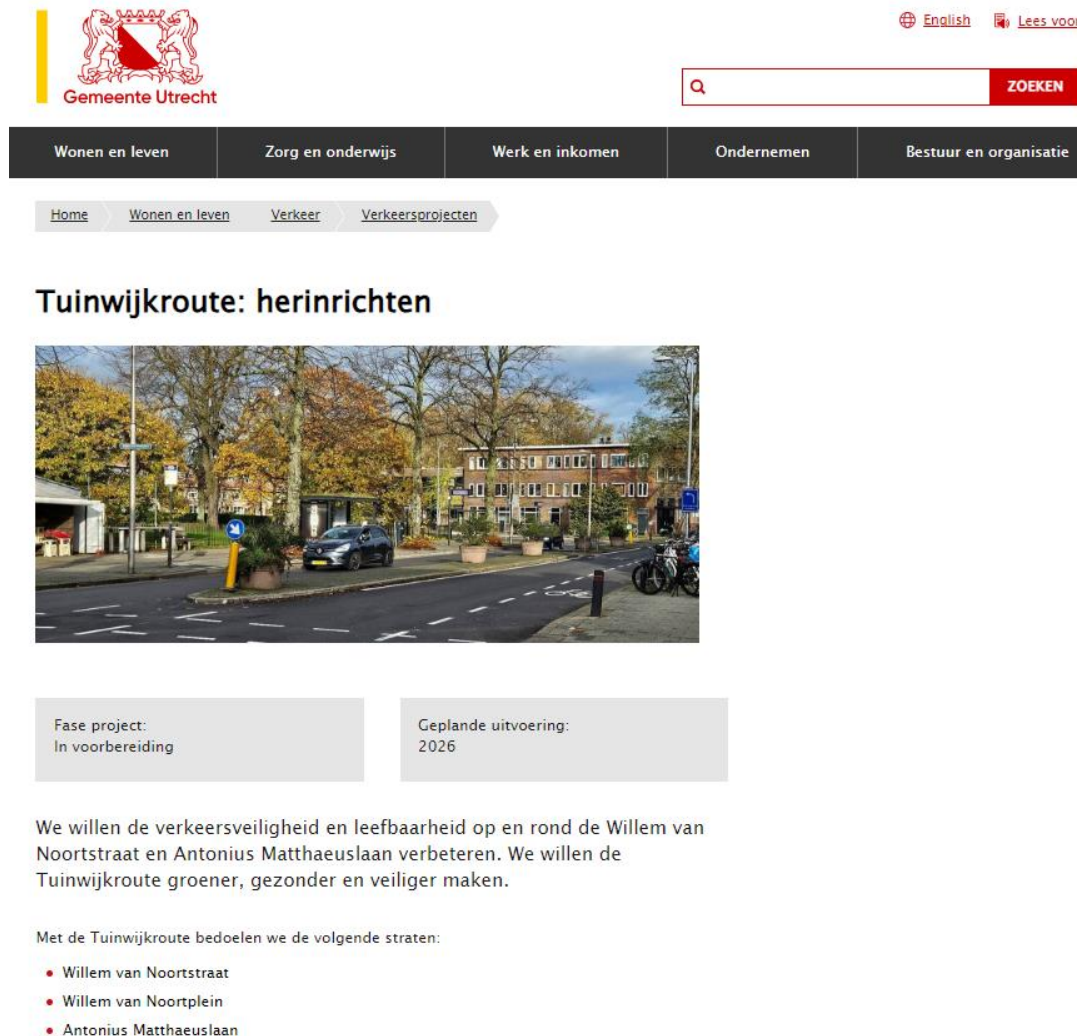
Tijdens alle werkzaamheden rijdt buslijn 8 niet door de straat, maar via een omléidingroute. Er is een tijdelijke bushalte aan de Maliebaan ter hoogte van huisnummer 71. Meer informatie vindt u op <https://www.u-ov.info/reizen/omleidingen-en-verstoringen>.

Verspreidingsgebied:
Omgeving Burgemeester Reigerstraat en Nachtegaalstraat

Utrecht.nl

Afbeelding 2

Screenshot van een projectpagina. (Gemeente Utrecht, 2023c)



The screenshot shows the website of Gemeente Utrecht. At the top left is the logo of Gemeente Utrecht. To the right are links for 'English' and 'Lees voor'. Below these is a search bar with a magnifying glass icon and the word 'ZOEKEN'. A navigation menu contains five items: 'Wonen en leven', 'Zorg en onderwijs', 'Werk en inkomen', 'Ondernemen', and 'Bestuur en organisatie'. Below the menu is a breadcrumb trail: 'Home > Wonen en leven > Verkeer > Verkeersprojecten'. The main heading is 'Tuinwijkroute: herinrichten'. Below the heading is a photograph of a street scene with trees, a car, and a building. Under the photo are two grey boxes: 'Fase project: In voorbereiding' and 'Geplande uitvoering: 2026'. Below these boxes is a paragraph: 'We willen de verkeersveiligheid en leefbaarheid op en rond de Willem van Noortstraat en Antonius Matthaesuslaan verbeteren. We willen de Tuinwijkroute groener, gezonder en veiliger maken.' Below the paragraph is another paragraph: 'Met de Tuinwijkroute bedoelen we de volgende straten:' followed by a bulleted list: '• Willem van Noortstraat', '• Willem van Noortplein', and '• Antonius Matthaesuslaan'.

2.9 Onderzoeksvragen en hypotheses

Zoals vermeld in paragraaf 2.8, maakt de gemeente Utrecht op dit moment enkel gebruik van non-narratieve teksten en feitelijke argumentatie om de inwoners van de stad te informeren en te overtuigen van de herinrichtingsplannen. Hoewel deze plannen vaak voortkomen uit een samenwerking met de wijk en de gemeente (Gemeente Utrecht, z.d.-c), reageren inwoners vaak negatief. Deze negatieve reactie komt vaak voort vanuit het gevoel dat de gemeente niet genoeg naar het verhaal uit de buurt luistert (Duic, 2021).

Om de attitude van de Utrechtse inwoners positiever te beïnvloeden en om hun stem/verhaal meer mee te nemen in de communicatie rondom de herinrichtingsplannen is er een nieuwe versie van een wijkbericht opgesteld. In dit nieuwe wijkbericht verkondigen Utrechtse inwoners in een narratief argumenten voor de herinrichtingsplannen van de gemeente.

Het is echter nog onduidelijk of een wijkbericht met narratieve argumentatie een positiever effect heeft op de attitude van de lezers dan een wijkbericht zonder narratieve argumentatie. Daarom staat de volgende onderzoeksvraag centraal:

R1: Wat is het effect van een wijkbericht met narratieve argumentatie (argumenten verhoud in een verhaal), op de attitude van de Utrechtse inwoners ten opzichte van een wijkbericht zonder narratieve argumentatie?

Om het effect van een wijkbericht met narratieve argumentatie op de attitude van de Utrechtse lezers aan te tonen, is er gekeken naar de drie attitudereacties: affectieve reactie, cognitieve reactie en conatieve reactie (Breckler, 1984).

Als eerste attitudereactie bekijkt dit onderzoek de affectieve reactie, oftewel; de emotionele reactie van de lezers nadat zij de wijkberichten gelezen hebben. Zoals vermeld, zal het narratieve wijkbericht voorargumenten vermelden vanuit het perspectief van een inwoner. Deze inwoner is dus een voorstander van de herinrichtingsplannen. Doordat de argumenten in het narratieve wijkbericht verkondigd zijn door Utrechtse inwoners en niet door een organisatie, is de verwachting dat de Utrechtse lezers zich meer kunnen identificeren met het personage uit het narratieve wijkbericht dan met de organisatie uit het non-narratieve wijkbericht.

Wanneer de lezers zich kunnen identificeren met de personages uit het narratief, dan kan dit ertoe leiden dat zij de gebeurtenissen uit het narratief als “dichterbij” ervaren. De lezers voelen op dat moment mee met wat het personage uit het narratief overkomt (Nisbett & Ross, 1980). Omdat het personage in het narratieve wijkbericht positieve emoties uit over de herinrichtingsplannen, is de verwachting dat de lezers deze positieve gevoelens eerder overnemen in het narratieve wijkbericht dan in het non-narratieve wijkbericht.

Daarbij stelt de *just-world-hypothese* (Lerner, 2003) dat een narratief positieve gevoelens bij lezers oproept als dit narratief goed afloopt voor een personage waarmee de lezers zich kunnen identificeren. Deze positieve gevoelens zijn vervolgens bepalend of de lezers de gepresenteerde maatregelen als wenselijk of onwenselijk beschouwen (Hoeken, 2009). Aangezien het narratieve wijkbericht positief eindigt voor het personage en het non-narratieve bericht neutraal eindigt, is te verwachten dat het narratieve wijkbericht zorgt voor een positievere affectieve attitudereactie bij de lezers dan een non-narratief wijkbericht. Oftewel:

H1: een wijkbericht met narratieve argumentatie leidt tot een positievere affectieve attitude vergeleken met een wijkbericht zonder narratieve argumentatie.

Als tweede attitudereactie kijkt dit onderzoek naar de cognitieve attitudereactie. Oftewel, de gedachten van de lezers nadat zij de wijkberichten gelezen hebben. Aangezien een narratief via het transportatieproces ervoor kan zorgen dat het kritische vermogen van de lezers afneemt (Green & Brock, 2002), is de verwachting dat de lezers de argumenten van de gemeente eerder accepteren vergeleken met een wijkbericht zonder narratieve argumentatie. Daarbij toont het onderzoek van Bullock et al. (2021) aan dat lezers een narratieve tekst beter verwerken dan een non-narratieve tekst. Door de verbeterde verwerking van de tekst begrijpen lezers een narratieve tekst beter dan een non-narratieve tekst (Bullock et al., 2021).

Gezien deze onderzoeken is de verwachting dat een wijkbericht met narratieve argumentatie bij de lezers resulteert in een positievere cognitieve attitude vergeleken met een wijkbericht zonder narratieve argumentatie. Oftewel:

H2: een wijkbericht met narratieve argumentatie leidt tot een positievere cognitieve attitude vergeleken met een wijkbericht zonder narratieve argumentatie.

Als derde en laatste attitudereactie kijkt dit onderzoek naar de conatieve reactie van de lezers. Oftewel, de gedragsintenties van de lezers. In het geval van dit onderzoek betekent dit bijvoorbeeld dat de lezers de wegwerkzaamheden voor een herinrichting eerder accepteren of minder weerstand uiten richting de wegwerkzaamheden.

Zowel het ABC-model (Ellis, 1991) als de Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) stellen dat de attitude en de gedragsintenties van een persoon met elkaar interageren. Zodra lezers dus een positievere attitude vormen rondom een onderwerp, dan resulteert dit vaak ook in positievere gedragsintenties. Hypothese 1 en 2 stellen dat een wijkbericht met narratieve argumentatie resulteert in een positievere attitude bij de lezers dan een non-narratief wijkbericht. Op basis van het ABC-model (Ellis, 1991) en de Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) is te verwachten dat deze positievere attitude bij de lezers resulteert in positievere gedragsintenties van de lezers. Oftewel in een positievere conatieve attitude. Daarom luidt hypothese 3 als volgt:

H3: een wijkbericht met narratieve argumentatie leidt tot een positievere conatieve attitude vergeleken met een wijkbericht zonder narratieve argumentatie.

3 Methode

Dit methodehoofdstuk valt op te delen in twee delen. Deel een behandelt het stimulusmateriaal (de wijkberichten) en hoe dit tot stand is gekomen op basis van de antwoorden uit de interviews met de communicatiemedewerkers van de gemeente Utrecht en de adviezen uit de literatuur. Deel twee behandelt de enquête waarmee de attitude van de participanten is vergeleken tussen een wijkbericht zonder narratieve argumentatie (wijkbericht versie A) en een wijkbericht met narratieve argumentatie (wijkbericht versie B).

Voor mijn versie A wijkbericht heb ik een bestaand wijkbericht geselecteerd uit het archief van de gemeente Utrecht. Dit archief bevat veel verschillende versies van wijkberichten (Gemeente Utrecht, z.d.-d). Uit dit archief wilde ik een 'geschikt' wijkbericht selecteren voor dit onderzoek. Een geschikt wijkbericht voor dit onderzoek is een wijkbericht die de inwoners van Utrecht op een effectieve manier informeert over en overtuigt van de herinrichtingsplannen (zie paragraaf 3.2). Dit was relevant om in kaart te brengen omdat informeren en overtuigen de communicatiedoelen zijn die de gemeente wil bereiken met de wijkberichten over de herinrichtingsplannen (Gemeente Utrecht, z.d.-b; zie paragraaf 3.2). Wijkbericht A diende vervolgens als uitgangspunt om een wijkbericht met narratieve argumentatie op te stellen (wijkbericht B).

Voor wijkbericht B was het noodzakelijk dat het narratieve wijkbericht aan zou slaan bij de doelgroep van de gemeente (de inwoners van de stad Utrecht). Daarnaast was het van belang dat dit wijkbericht de juiste narratieve taalelementen bevatte om de attitude van de lezers positief te beïnvloeden. Om dit te bereiken was het noodzakelijk om in beeld te krijgen hoe de gemeente over het algemeen effectief communiceert met de inwoners van de stad. Om te bepalen welke elementen een narratieve tekst moet bevatten om persuasief te zijn, heb ik de richtlijnen uit het onderzoek van Busselle en Bilandzic (2008) aangehouden. Zij stellen dat een narratieve tekst uit vier condities moet bestaan om transportatie bij de lezer op te roepen; het cognitieve proces dat relevant is om lezers te overtuigen van een nieuwe maatregel. Deze condities zijn: aandacht vasthouden, levendige beelden oproepen, identificatie met het personage en emoties oproepen (zie paragraaf, 2.1, Busselle & Bilandzic, 2008).

Om te bepalen welk wijkbericht uit het archief van de gemeente 'geschikt' was voor dit onderzoek en om nieuwe wijkbericht op te stellen met dezelfde externe communicatierichtlijnen van de gemeente Utrecht heb ik op het advies van Catenaccio et al., (2010) achtergrondinformatie verzameld over het (schrijf)proces van een wijkbericht. Deze informatie kan achterhaald worden door bijvoorbeeld het schrijfproces te observeren of door interviews af te nemen met de personen die betrokken zijn bij het schrijfproces (Catenaccio et

al., 2010). Omdat ik gerichte vragen had over het schrijfproces heb ik besloten om deze informatie te achterhalen door zes interviews af te nemen met verschillende communicatiemedewerkers van de gemeente Utrecht.

Paragraaf 3.1 beschrijft waarom en hoe er interviews zijn afgenomen. Paragraaf 3.2 licht toe hoe het stimulusmateriaal is ontworpen op basis van de antwoorden uit de interviews en de richtlijnen uit het onderzoek van Busselle en Bilandzic (2008). Paragraaf 3.3 beschrijft waarom en hoe er gebruik is gemaakt van fictieve elementen in het wijkbericht met narratieve argumentatie. Paragraaf 3.4 gaat in op de procedure van de enquête. Paragraaf 3.5 licht de instrumentatie van de vragenlijst toe. Tot slot beschrijft paragraaf 3.6 de participanten die de vragenlijst hebben ingevuld en hoe ik hen geworven heb voor dit onderzoek.

3.1 Interviews

Een tekst is vaak multi-interpretabel (Catenaccio et al., 2010). Om een tekst op de juiste manier te begrijpen en te interpreteren, pleiten zij voor een product – procesanalyse. Hierbij wordt achtergrondinformatie verzameld over het (schrijf)proces van een product (bijvoorbeeld van een wijkbericht). Omdat er voor dit onderzoek een nieuw wijkbericht opgesteld moest worden, was het relevant om deze analyse uit te voeren. Deze paragraaf focust zich eerst op het (schrijf)proces van een wijkbericht en belicht daarna typerende taalelementen die in het product/ het wijkbericht terug te zien zijn.

Tijdens de procesanalyse was ik benieuwd hoe de gemeente Utrecht een wijkbericht opstelt. Deze informatie was nodig om een 'geschikt' wijkbericht (zie paragraaf 3.2) uit het archief van de gemeente (Gemeente Utrecht, z.d.-c) te selecteren waarin de gemeente op een effectieve manier de inwoners informeert over en overtuigt van de herinrichtingsplannen. Deze informatie en persuasieve elementen zijn vervolgens in wijkbericht B herschreven in de vorm van een narratieve tekst. Er kan informatie over het (schrijf)proces achterhaald worden door dit proces bijvoorbeeld te observeren of door interviews af te nemen met de personen die betrokken zijn bij het schrijfproces (Catenaccio et al., 2010). Ik heb afgezien van een observatie-aanpak en heb gekozen om de informatie over het schrijfproces te achterhalen door interviews af te nemen met de communicatiemedewerkers van de gemeente Utrecht. Ik heb hiervoor gekozen omdat de wijkberichten op verschillende afdelingen worden opgesteld (zie tabel 1) en omdat ik gerichte vragen had voor de communicatiemedewerkers om mijn stimulusmateriaal op te stellen. In totaal zijn er zes diepte-interviews afgenomen met verschillende communicatiemedewerkers van de gemeente Utrecht (zie tabel 1).

Tabel 1

Overzicht van geïnterviewde participanten (communicatiemedewerkers van de gemeente Utrecht die wijkberichten opstellen).

Participant	Functie	Afdeling	Communicatiedoel
1. Bart. S	Communicatieadviseur / stagebegeleider/ schrijfcoach	Mobiliteit	Inwoners informeren/ overtuigen
2. Sara. B	Communicatieadviseur / crisiscommunicatie	Mobiliteit	Inwoners informeren/ overtuigen
3. Ineke. B	Projectmanager	Mobiliteit/ Ruimte ontwikkeling	Informeren over de voortgang van het project
4. Brigitte. M	Communicatieadviseur	Mobiliteit	Inwoners informeren/ overtuigen
5. Marit. O	Communicatieadviseur	Stadsbedrijven	Technische informatie aanleveren.
6. René. S	Omgevingsmanager/ externe communicatie	Ruimte	Communicatie afstemmen tussen de gemeente en de doelgroep

3.1.2 structuur van het interview

Zoals vermeld, om een 'geschikt' wijkbericht te selecteren uit het archief van de gemeente Utrecht en om zelf een wijkbericht op te stellen, moest ik inzichtelijk krijgen hoe de communicatiemedewerkers van de gemeente de inwoners effectief informeren en overtuigen met de wijkberichten. Om dit inzichtelijk te maken, heb ik met behulp van de diepte-interviews de volgende drie aspecten van het schrijfproces in kaart gebracht:

1. Hoe stellen de communicatiemedewerkers een wijkbericht op? Met welke communicatierichtlijnen moet een communicatiemedewerker rekening houden wanneer hij/zij een bericht extern verstuurt?
2. Hoe informeren de communicatiemedewerkers de lezers in de wijkberichten over de herinrichtingsplannen? Hoe is dit terug te zien?
3. Hoe overtuigen de communicatiemedewerkers de lezers in de wijkberichten van het nut van de herinrichtingen? Hoe is dit terug te zien?

De antwoorden op deze vragen zijn te lezen in paragraaf 3.2. In deze paragraaf wordt ook toegelicht hoe de antwoorden op deze vragen het stimulusmateriaal beïnvloed hebben. Voordat we hiernaar gaan kijken, wordt eerst in deze paragraaf de structuur van de interviews behandeld.

Ik heb de respondenten (communicatiemedewerkers van de gemeente Utrecht) verzameld door e-mails te versturen. Hierin heb ik de respondenten gevraagd of ze bereid waren om een interview af te nemen. Nadat ze hiermee akkoord waren gegaan, heb ik voor ieder interview een vergaderruimte gereserveerd. Hierdoor hadden we een rustige locatie om de interviews af te nemen.

Voorafgaand aan het interview heb ik eerst het doel van het onderzoek aan de respondenten uitgelegd. Daarbij legde ik de rechten van geïnterviewden en de structuur van het interview uit. Deze informatie stond tevens vermeld in het consentformulier (zie bijlage D). Dit formulier heb ik fysiek of online overhandigd voorafgaand aan het interview. Nadat de communicatiemedewerkers het consentformulier hadden gelezen, heb ik ze gevraagd of ze akkoord waren met de voorwaarden en of ze het formulier wilden ondertekenen. Na akkoord en ondertekening heb ik de interviews afgenomen.

Het interview bestond uit vijf onderdelen met in totaal 14 vragen (zie tabel 2 en bijlage G). Daarnaast heb ik, waar nodig, vervolgvragen gesteld wanneer ik een antwoord niet volledig achtte of als er een interessant punt naar voren werd gebracht. Een antwoord werd als onvolledig beschouwd wanneer er details aan het antwoord ontbraken. Bijvoorbeeld:

(5) *K: Waar voldoet voor jou een goed geschreven wijkbericht aan?*

M: Een goed geschreven wijkbericht is ten eerste kort en krachtig. Dus niet ellenlange verhalen.

K: Hoe lang zou je zeggen dat een goed wijkbericht is?

M: Ja, het liefst op een kantje.

- Marit O.

Een antwoord met een interessant punt was een antwoord waarbij een detail vanuit een onverwachte invalshoek gedeeld werd door de geïnterviewden. Bijvoorbeeld:

(6) *S: Ja, als het een bijzondere situatie is, dan kan het natuurlijk zijn dat je dat misschien een beetje over het hoofd ziet doordat je je aan een format houdt, of dat je misschien net een bepaalde intonatie beter zou kunnen plaatsen als er een andere gevoeligheid al speelt in de wijk dat je misschien vergeet om dan wat breder naar te kijken van wat je allemaal zou moeten meenemen.*

K: Want wat voor verschillen kan je in intonatie maken? Waar kan ik dan bijvoorbeeld aan denken?

-Sara B.

Om een goed beeld te krijgen wie de wijkberichten opstellen en hoe de gemeente de inwoners hiermee effectief informeert en overtuigt, zijn de volgende vijf onderwerpen bevroegd tijdens de interviews: demografische introductievragen, doelgroepgericht schrijven, persuasief schrijven, het wijkberichtformat en algemene relevante informatie (zie tabel 2).

Tabel 2*Overzicht van de interviewstructuur.*

<i>Deel</i>	<i>Informatietype</i>	<i>Voorbeeldvragen</i>	<i>Hoeveelheid vragen</i>
1. Demografische introductievragen	Achtergrondinformatie communicatiemedewerker	<i>Wat is uw naam, functie, werkervaring?</i>	3
2. Doelgroepgericht schrijven	Achtergrondkennis over het schrijfproces. Hoe informeert de gemeente de inwoners?	<i>“Welke keuzes zijn tijdens het schrijfproces belangrijk om de boodschap van het wijkbericht goed over te laten komen bij de wijkbewoners?”</i>	2
3. Persuasief schrijven	Hoe overtuigt de gemeente de inwoners van de herinrichtingsplannen?	<i>Wat is voor u een belangrijk (taalkundig) aspect als u in een wijkbericht wijkbewoners wil overtuigen?</i>	4
4. Wijkberichtformat	Achtergrondkennis opdoen waarom er is overgestapt naar een nieuw wijkberichtformat	<i>Waarom is hiervoor besloten?</i> <i>Wat zijn de voor-/nadelen van dit nieuwe format?</i>	4
5. Afronding	Algemene informatie opdoen die relevant kon zijn voor het onderzoek	<i>Hebt u verder nog op- of aanmerkingen die relevant kunnen zijn voor mijn onderzoek die nog niet behandeld zijn?</i>	1

Alle interviews vonden plaats op de 19^e verdieping van het stadskantoor van de gemeente Utrecht. Deze duurde tussen de 16 minuten en 30 minuten. Alle interviews zijn opgenomen met een telefoon en vervolgens woordelijk getranscribeerd. Nadat ik de interviews had getranscribeerd, heb ik alle reacties geselecteerd die een inzicht gaven in een van de drie punten rondom het schrijfproces van een wijkbericht: 1. Externe communicatie, informeren en overtuigen (zie pagina 22).

Op basis van deze drie punten zijn de geselecteerde reacties van de communicatiemedewerkers verdeeld in drie groepen (externe communicatie, informeren en overtuigen). Vervolgens is er per groep een samenvatting geschreven van alle reacties. De samenvattingen zijn gebruikt om een antwoord te formuleren op een van de drie hoofdvragen. Om de samenvattingen bondig te maken zijn er een paar reacties geselecteerd die het antwoord op een van de hoofdvragen goed omvatten. Deze uitspraken zijn terug te lezen in paragraaf 3.2. De inzichten uit de interviews zijn vervolgens gebruikt om een 'geschikt' wijkbericht uit het archief van de gemeente te selecteren voor wijkbericht versie A en om wijkbericht versie B op te stellen volgens de externe communicatierichtlijnen van gemeente Utrecht.

3.2 Ontwerp van het stimulusmateriaal

De volgende paragraaf licht toe hoe het stimulusmateriaal voor dit onderzoek geselecteerd en ontwikkeld is. Sub-paragraaf 3.2.2 beschrijft welke keuzes ik in het stimulusmateriaal heb gemaakt op basis van de antwoorden uit de interviews. In paragraaf 3.2.3 komen de vier condities van narratieve argumentatie aan bod (aandacht, levendige beelden, identificatie en emotie, zie paragraaf 2.4) en licht ik toe hoe deze condities verwerkt zijn in wijkbericht B. Tot slot, in paragraaf 3.2.4 onderbouw ik waarom en hoe ik de informatie in het wijkbericht fictief heb gemaakt.

3.2.1 Inzichten uit de interviews

Zoals vermeld heb ik op advies van Catenaccio et al., (2010) de interviews afgenomen om het schrijfproces achter het wijkbericht in kaart te brengen. Deze interviews moesten verhelderen wat de externe communicatierichtlijnen van de gemeente is, hoe de gemeente inwoners informeert en hoe de gemeente inwoners probeert te overtuigen van de herinrichtingsplannen (zie pagina 22).

Paragraaf 3.2.1 licht toe welke inzichten de interviews gebracht hebben en hoe deze inzichten invloed hebben gehad op de selectie van wijkbericht A en op de schrijfstijl van wijkbericht B.

3.2.1.1 De externe communicatierichtlijnen van de gemeente Utrecht

Uit de interviews kwam een eenduidig verhaal naar voren wat de communicatierichtlijn is van de gemeente Utrecht voor de externe communicatie met de inwoners van de stad. De volgende quote vat dit verhaal goed samen:

- (7) *“Het [een wijkbericht] moet op B1-taalniveau geschreven worden. Simpel, vaktermen vermijden ... hoe duidelijker, hoe beter. Dat dat eerder aan zou slaan komt omdat je meerdere grotere doelgroepen hebt.”*
-Brigitte. S

Daarnaast zegt Bart. S het volgende over de structuur van de wijkberichten:

- (8) *“Het [een wijkbericht] begint met een heldere kop zodat je weet, waar heeft dit betrekking op? Waarom is dit relevant voor de persoon die het bericht krijgt? In acht tot negen van de tien gevallen beginnen ze [wijkberichten] met: Zo en zoveel jaar geleden zijn we begonnen met een plan om dit en dit te doen. Toen heeft de raad dit besloten. Daarna is dit gedaan. Dus je krijgt het hele verhalende maar dan meer de achtergrond eerst. Waar ik op let is dat de hoofdboodschap eerst staat.”*
-Bart. S

Het is dus belangrijk dat de informatie in de wijkberichten begrijpelijk geformuleerd is met de kernboodschap boven in de tekst. Uit de interviews blijkt dat deze kernboodschap duidelijk moet maken aan een lezer waarom hij/zij een wijkbericht ontvangt van de gemeente (zie bijlage B). Gezien deze inzichten heb ik een wijkbericht gekozen die begint met de volgende hoofdboodschap:

- (9) *“De komende periode verbeteren we de Hazelaarlaan. We richten de straat zo in dat het prettiger wordt om er te wonen, winkelen en verblijven. Daarnaast verbeteren we de doorgaande route voor fietsers. Op 5 februari 2024 starten de werkzaamheden. In dit bericht leest u wat dit voor u betekent.”*

Om een wijkbericht begrijpelijk op te schrijven voor zoveel mogelijk inwoners hanteert de gemeente een B1-schrijfstijl. B1 staat voor eenvoudig Nederlands. De overgrote meerderheid van de bevolking begrijpt teksten op taalniveau B1. Hiertoe behoren ook mensen die niet (hoog)opgeleid zijn. Een tekst op B1-niveau bestaat uit makkelijke woorden die bijna iedereen gebruikt en uit korte, eenvoudige en actieve zinnen (Ministerie van Algemene Zaken, 2023). Hier valt ook onder dat de gemeente probeert om niet met vaktermen te schrijven. Een

voorbeeld van een zin die omschreven is naar een B1-schrijfstijl zonder vaktermen is bijvoorbeeld:

Wijkbericht A: *“Ruimte bieden voor recreatie in de wijk.”*

Wijkbericht B: *“Ruimte voor bankjes, bomen en een nieuw wandelpad. “*

3.2.1.2 Hoe informeert de gemeente Utrecht inwoners over de herinrichting?

De antwoorden van de communicatiemedewerkers op de vraag: *“hoe informeer je een inwoner van de gemeente Utrecht?”* kwamen veel overeen met de antwoorden over de schrijfstijl van de gemeente. Wederom benoemde de communicatiemedewerkers dat eenvoudige en heldere taal bevorderlijk is voor de begrijpelijkheid van een tekst. Het is noodzakelijk dat de inwoners een tekst begrijpelijk vinden omdat dit ervoor zorgt dat de communicatiemedewerkers de informatie goed over kunnen brengen naar de inwoners toe. De volgende quote vat dit antwoord goed samen:

(10) *“Wees kritisch op de boodschap die er staat, zorg ervoor dat het helder is. Dat het misschien ook wel juist die visie, dat stukje erachter, die achtergrondinformatie, dat dat gewoon helder verwoord is.”*

- Ineke. B

Het is dus belangrijk om de visie van de gemeente en de achtergrondinformatie van de herinrichtingsplannen expliciet en helder te benoemen in de wijkberichten. Gezien deze inzichten heb ik een wijkbericht uitgekozen waarin in heldere taal de visie van de gemeente vermeld stond. Onder heldere taal vallen woorden die ‘gemakkelijk’ te begrijpen zijn (Taaladvies, 2021; zie 11)

In het volgende voorbeeld is een stuk uit het wijkbericht te lezen. In dit voorbeeld zijn de woorden die vallen onder ‘helder taal’ onderstreept:

(11) *“We willen graag dat iedereen gezond, prettig en veilig kan reizen door Utrecht, nu en in de toekomst. We geven daarom voorrang aan schone manieren van vervoer die weinig ruimte innemen: lopen, fietsen, openbaar vervoer en deelvervoer.”*

Dit fragment bevat heldere taal omdat de gemeente met begrijpelijke woorden de visie van het mobiliteitsbeleid van de gemeente toelicht. Deze visie is in het voorbeeld 5 te lezen. Alle woorden die niet vallen onder heldere taal zijn hierin onderstreept:

(12) *Zo werkt Utrecht aan een gezonde toekomst, waarin economische vitaliteit, toeristische aantrekkingskracht, culturele vitaliteit, leefbaarheid, veiligheid en duurzaamheid in wijken en buurten met elkaar verbonden zijn.*

(Mobiliteitsplan 2040, Gemeente Utrecht 2021c, p.10)

3.2.1.3 Hoe overtuigt de gemeente de inwoners?

Volgens de interviews gebruikt de gemeente een vaste overtuigingsstrategie om inwoners te overtuigen van de herinrichtingsplannen. In deze strategie worden twee aspecten benadrukt. Ten eerste benadrukt de gemeente in het wijkbericht het feit dat de keuze is voortgekomen uit beleid van de gemeente. Een van de beleidspunten die de gemeente communiceert in de wijkberichten luidt als volgt: *“meer verblijfskwaliteit, betere oversteekbaarheid, toegankelijkheid en betere leefbaarheid”* (Mobiliteitsplan 2040, Gemeente Utrecht 2021c, p. 32). In de volgende quotes is te lezen hoe de gemeente inwoners in de wijkberichten van dit beleidsplan probeert te overtuigen.

(13) *“Maar het is natuurlijk ook persuasief, dat we een alinea hebben over waarom doen we dit werk? Daarin lichten we gewoon kort met een paar zinnen het beleid toe in de meest algemene termen. In de zin van: we maken in Utrecht meer ruimte voor fiets- en voetganger, voor meer groen. Op dat niveau vertellen we dan: en daar is dit project onderdeel van.*

-Bart. S

Ten tweede benadrukt de gemeente dat de herinrichting niet alleen bedoeld is om een specifieke straat te veranderen, maar dat de herinrichting in het gehele plaatje past om van Utrecht een duurzame stad te maken. Dit standpunt komt goed naar voren in het volgende gesprek tussen mij en projectmanager Ineke:

(14) *“Ze [de Utrechtse inwoners] vinden het op zich prima als je als gemeente wat doet maar ‘not in my backyard’. Als het maar niet mij raakt. Ik vond alles prima als het maar niet mij raakt. Ik wil gewoon mijn eigen stukje zoals het nu is, wil ik ook zo houden en dus kijken zij echt gewoon naar wat er bij hun voor bij de voordeur gebeurt en niet naar het hele geheel. En dat vind ik nog steeds wel een taak aan ons om echt wel duidelijk te maken van wat de positie van zo'n project is in het gehele plaatje. En daar is wel steeds meer aandacht voor... Zeg maar van: jongens, het is niet alleen maar jullie straatje, het is gewoon in het geheel past het dan beter.*

K: En dat werkt beter om mensen mee te nemen in het verhaal? Als je aangeeft: uw wijk is onderdeel van een groter proces. Het is niet alleen uw wijk, het is het beleid van de gemeente.

I: Ja ja. Exact en dat helpt wel. Dat je gewoon echt wel vertelt van waarom je iets doet. En dat het echt niet is om hun te pesten, maar dat het gewoon een breder verhaal heeft en we hebben er echt wel over nagedacht.

-Ineke. B

In de onderstreepte passages is te lezen dat de gemeente in de wijkberichten benadrukt dat de aanpassingen voor een straat voortkomen uit een bredere visie voor de gehele stad. Op basis van deze inzichten heb ik voor wijkbericht A, een wijkbericht uitgekozen waar deze vorm van argumentatie in terugkomt:

*“Van het huidige fietspad maken we een wandelpad om meer ruimte te bieden voor recreatie in de wijk (1. **Het beleid van de gemeente Utrecht**).*

*We doen dit niet alleen voor de bewoners, maar ook voor de mensen die hier werken, winkelen, naar school gaan of door het gebied reizen (2. **"De herinrichtingsplannen voor de straat zijn onderdeel van een groter geheel."***

Aangezien de communicatieadviseurs aangeven dat deze overtuigingsstrategie goed werkte voor de inwoners, is dit argument herschreven tot narratief argument voor wijkbericht B.

*Wijkbericht B: “Door de straat her in te richten was er ineens ruimte voor bankjes, bomen en een nieuw wandelpad” (1. **Het beleid van de gemeente Utrecht**). Dit maakt de straat niet alleen veiliger, maar ook nog gezonder om in te leven! (2. **De herinrichtingsplannen voor de straat zijn onderdeel van een groter geheel**) “*

3.2.2 De vier condities van een narratieve tekst

Nadat in kaart was gebracht hoe de gemeente de inwoners met de wijkberichten informeert over en overtuigd van de herinrichtingsplannen, is er een wijkbericht uit het archief van de gemeente geselecteerd (hierover meer in paragraaf 3.3). Om dit wijkbericht te herschrijven naar een wijkbericht met narratieve argumentatie was het relevant om in kaart te brengen welke (taal)elementen een narratieve tekst moet bevatten om persuasief te zijn. Wanneer een narratieve tekst alle taalelementen bevat om het cognitieve proces van transportatie bij de lezer op te roepen, dan is deze tekst in staat om de attitude van de lezer te beïnvloeden

(Busselle & Bilandzic, 2008). Tijdens het transportatieproces verplaatst de lezer zich mentaal in de wereld en situatie van het personage uit het verhaal. Wanneer het verhaal positief afloopt voor het personage uit het verhaal dan roept dit positieve gevoelens op bij de lezer. Deze positieve gevoelens zorgen er vervolgens voor dat een lezer eerder een positieve attitude aanneemt richting een gepresenteerde maatregeling (Hoeken, 2009).

Om transportatie op te roepen, moet een narratieve tekst aan vier punten voldoen:

1. De aandacht van de lezer is gericht op het narratief.
2. Het narratief roept levendige beelden op bij de lezer.
3. De lezer kan zich identificeren met het personage uit het narratief.
4. Het narratief roept de gewenste emoties op bij de lezer (Busselle & Bilandzic, 2008).

Hieronder zal ik beschrijven hoe ik deze elementen heb verwerkt in mijn stimulusmateriaal.

3.2.3.3 Aandacht

Om transportatie op te roepen bij de participanten, was het van belang dat zij de tekst aandachtig lazen (Busselle & Bilandzic, 2008). Een middel om dit te doen is door leesinstructies mee te geven (McCrudden et al., 2006). Zoals al gesteld in paragraaf 2.4.1 zorgen leesinstructies ervoor dat lezers een leesdoel voor zichzelf stellen (bijvoorbeeld een vragenlijst goed invullen). Om dit doel te bereiken gaan lezers een tekst aandachtiger lezen (McCrudden et al., 2006). Op advies uit het onderzoek van McCrudden et al. (2006) heb ik leesinstructies toegevoegd aan de instructiepagina voorafgaand aan de vragenlijst om op deze manier de aandacht van de lezer voor de tekst te vergroten.

Ten eerste werd op de instructiepagina vermeld dat de participanten een vragenlijst moesten invullen nadat ze de wijkberichten hadden gelezen. Ten tweede werden de participanten geïnstrueerd om beide wijkberichten twee keer aandachtig door te lezen. Ten derde heb ik een timer van 60 seconden leestijd ingesteld om te voorkomen dat de participanten de teksten te vluchtig zouden lezen. Ten vierde heb ik twee manipulatievragen toegevoegd zodat ik kon filteren welke mensen de tekst wel aandachtig hadden gelezen en welke mensen niet. Meer informatie over de manipulatievragen is later te lezen in paragraaf 3.3.

3.2.3.4 Levendige beelden

Nisbett en Ross (1980) stellen dat de informatie in een narratieve tekst "levendig" moet zijn voor de overtuigingskracht. Een "levendig" narratief bevat informatie die beelden oproept die

dichtbij de lezer staan en emotioneel interessant zijn. De drie determinanten van een levendige tekst zijn: concreetheid, nabijheid en emotioneel interessant (Nisbett en Ross, 1980)

Om het narratief concreet te maken heb ik gebruikgemaakt van intensiveerders (bijvoorbeeld racebaan). Bowers (1963) omschrijft taalintensiteit als: '*the quality of language which indicates the degree to which the speaker's attitude toward a concept deviates from neutrality*' (p. 416). Dit taalelement wordt in een tekst gebruikt om de boodschap extra kracht bij te zetten (Liebrecht, 2015). Om te voorkomen dat de participanten de intensiveerders niet geloofwaardig vonden, heb ik intensiveerders overgenomen uit artikelen waarin daadwerkelijke Utrechtse inwoners hun mening uiten over hun wijk:

(15) "De nieuwe Weerdsingel-Oostzijde wordt volgens hen [buurtcomité] een 'versmalde, geasfalteerde racebaan' die voor iedereen onveiliger is. Zij willen graag dat de klinkers en de rotondes blijven liggen waar ze liggen."

-Duic, 2021

Uit dit fragment heb ik de intensiveerder "racebaan" overgenomen uit een artikel van de regionale krant Duic (2021). De intensiveerder "racebaan" geeft extra kracht aan het beeld dat de huidige straat erg onveilig is in vergelijking met de uitdrukking 'een drukke straat' of een 'onveilige straat'.

Om het narratief nabij te laten voelen heb ik net als in het onderzoek van Hustinx en De Wit (2012) gebruikgemaakt van bijvoeglijke naamwoorden (bijvoorbeeld gezellige Utrechtse straat). Het bijvoeglijke naamwoord 'gezellig' geeft hier extra betekenis aan het zelfstandig naamwoord 'straat' waardoor er een levendig beeld ontstaat over een locatie die dicht op de belevingswereld van Utrechtse lezers staat.

De *appraisal theory* stelt dat de emoties van een lezer voortkomen vanuit een proces. Dit proces is in gang gezet doordat het stimulusmateriaal (bijvoorbeeld een verhaal) een bepaalde emotionele reactie bij de lezer oproept. Een droevig verhaal over een begrafenis roept negatieve emoties op en een blijge gebeurtenis, bijvoorbeeld een verjaardag, roept positieve emoties op bij mensen (Moors et al., 2013)

Door het sentiment van de personages uit het narratief expliciet te vermelden, is gepoogd om het narratief emotioneel interessant te maken en om de relevante emoties op te roepen bij de lezers. Zo was het personage uit het narratief blij met de uitnodiging van de gemeente en was zij, samen met haar burens, bezorgd over de verkeerssituatie. Door deze levendige beelden samen te nemen, heb ik in wijkbericht B bijvoorbeeld de straat uit het narratief als volgt omschreven:

“Ik was **blij** (emotioneel interessant) met deze uitnodiging omdat mijn burens en ik **bezorgd** (emotioneel interessant) waren hoe onze **gezellige Utrechtse straat** (nabij) steeds meer op **een racebaan** (concreet) begon te lijken.”

3.2.3.5 identificeren

Voor het overtuigingsproces is het ook van belang dat de lezer zich in het narratief kan identificeren met een karakter uit het verhaal (Busselle & Bilandzic, 2008). Een lezer identificeert zich bijvoorbeeld met een personage uit een narratief als hij/zij het gevoel heeft dat het personage uit het narratief op hem/haar lijkt (Busselle en Bilandzic, 2008). Waarbij nabijheid een levendig beeld moet scheppen van de wereld waarin het narratief zich afspeelt, moet identificatie ervoor zorgen dat de lezers meeleven met het personage uit het narratief.

De mate waarin een lezer zich kan identificeren met een personage uit het verhaal hangt niet af van het perspectief waaruit een narratief gepresenteerd wordt (Christy, 2017). Daarom lag het nog open om een perspectief te kiezen om het narratief te vertellen. Omdat de Utrechtse inwoners aangaven dat de gemeente te weinig naar hun stem luistert (Duic, 2021), heb ik besloten om het narratief te schrijven vanuit het perspectief van een Utrechtse wijkbewoner. Hierdoor is het narratief vanuit de ik-persoon geschreven.

De wijkberichten van de gemeente Utrecht zijn dus bedoeld voor de Utrechtse inwoners. Daarom heb ik meerdere Utrechtse aspecten toegevoegd aan de tekst waardoor de Utrechtse lezer zich kan identificeren met het personage uit de tekst. Bijvoorbeeld: **de gemeente Utrecht, Utrechtse straat en de plannen voor de stad Utrecht**. Daarbij toont het onderzoek van Mayer et al. (2004) aan dat bezittelijke voornaamwoorden een tekst persoonlijker laten aanvoelen. Om het narratieve wijkbericht persoonlijker aan te laten voelen heb ik in het narratief bezittelijke voornaamwoorden toegevoegd, bijvoorbeeld: “**onze gezellige Utrechtse straat**”.

3.2.3.6 Emotie

Als laatste conditie is het voor de acceptatie van de gepresenteerde maatregel van belang dat het narratief een positieve emotie oproept bij de lezer (Busselle & Bilandzic, 2008; Hoeken, 2009). Dit heb ik gedaan door in het narratief goed af te laten lopen voor de hoofdpersoon uit het verhaal. Een positief einde is belangrijk voor het positieve gevoel dat de lezer overhoudt aan de tekst (Hoeken, 2009). Dit positieve gevoel is vervolgens belangrijk om de lezer te overtuigen van een maatregel (Hoeken, 2009). Om deze reden heb ik besloten om het narratief in wijkbericht B positiever te eindigen dan wijkbericht A:

Wijkbericht A: *Op verschillende plekken in de stad passen we straten en pleinen aan. Dat*

willen we dus ook doen voor de Hazelaarlaan.

Wijkbericht B: *“Ik kan niet wachten om zo meteen gemakkelijk naar de supermarkt te lopen en gezellig met mijn burens buiten in de zon te zitten.”*

3.2.4 Het narratieve argument van wijkbericht B

Tot slot, blijkt uit de reclameliteratuur dat lezers een narratief geloofwaardiger en overtuigender vinden wanneer een zender twee kanten van een verhaal belicht (Crowley & Hoyer, 1994). Dit houdt in dat een zender niet enkel de positieve aspecten van een verhaal benoemt, maar ook een kritische houding toont. Het is dan wel van belang dat de zender de voor- en tegenargumenten niet presenteert in extreme uitersten, want dan weet de lezer alsnog niet wat hij/zij moet vinden. Lezers vinden een narratief met milde voor-en tegenargumenten dan ook het meest behulpzaam (Schlosser, 2011). Om de geloofwaardigheid en overtuigingskracht van het wijkbericht dus te vergroten heb ik niet alleen een mild positief argument gepresenteerd in wijkbericht B maar ook een mild tegenargument:

Door de straat herin te richten was er ineens ruimte voor bankjes, bomen en een nieuw wandelpad. Dit maakt de straat niet alleen veiliger, maar ook nog gezonder om in te leven (voorargument). Helaas gaat er altijd veel tijd overheen voordat deze plannen klaar zijn en zullen de wegwerkzaamheden voor flink wat overlast gaan zorgen (tegenargument).

In tabel 3 zijn de teksten van beide wijkberichten naast elkaar geplaatst.

Tabel 3*Inhoud van wijkbericht A en wijkbericht B*

Wijkbericht A	Wijkbericht B
<p>Waarom doen we dit?</p> <p>Bewoners hebben eerder zelf aangegeven dat ze op de Hazelaarlaan een maximumsnelheid van 30 kilometer per uur willen. Deze kans pakken we aan om de straat een nieuwe inrichting te geven. Van de huidige autoweg maken we een fietsstraat waar de auto te gast is. Op deze straat is de maximale snelheid 30 kilometer per uur en delen fietsers en automobilisten dezelfde weg. Van het huidige fietspad maken we een wandelpad om meer ruimte te bieden voor recreatie in de wijk.</p> <p>We doen dit niet alleen voor de bewoners, maar ook voor de mensen die hier werken, winkelen, naar school gaan of door het gebied reizen. We willen graag dat iedereen gezond, prettig en veilig kan reizen door Utrecht, nu en in de toekomst. We geven daarom voorrang aan schone manieren van vervoer die weinig ruimte innemen: lopen, fietsen, openbaar vervoer en deelvervoer. Op verschillende plekken in de stad passen we straten en pleinen aan. Dat willen we dus ook doen op voor de Hazelaarlaan.</p>	<p>Het verhaal uit de wijk:</p> <p>Vorig jaar lag er een uitnodiging op de mat van de gemeente Utrecht om bij een participatieavond mee te denken over de herinrichting van de Hazelaarlaan. Ik was blij met deze uitnodiging omdat mijn burens en ik bezorgd waren hoe onze gezellige straat steeds meer op een racebaan begon te lijken.</p> <p>Iedereen was deze avond vrij om iets in te brengen. Door het gesprek tussen de buurtbewoners en de gemeente ontstond deze avond het plan om de Hazelaarlaan om te toveren tot een fietsstraat. Op zo'n straat is de maximale snelheid 30 kilometer per uur en delen fietsers en automobilisten dezelfde weg. Ik was erg blij met dit plan. Door de straat herin te richten was er ineens ruimte voor bankjes, bomen en een nieuw wandelpad. Dit maakt de straat niet alleen veiliger, maar ook nog gezonder om in te leven.</p> <p>Helaas gaat er altijd veel tijd overheen voordat deze plannen klaar zijn en zullen de wegwerkzaamheden voor flink wat overlast gaan zorgen.</p> <p>Toch denk dat ik hier wel mee kan leven als ik de plannen voor straat en Utrecht lees. Ik kan niet wachten om zo meteen gemakkelijk naar de supermarkt te lopen en gezellig met mijn burens in de zon te zitten.</p>

3.3 Fictieve elementen

Zoals vermeld, bestaan er veel verschillende varianten van een wijkbericht (Gemeente Utrecht, z.d.-c). Tijdens de periode dat ik werkzaam was voor de gemeente Utrecht gaven de communicatieadviseurs van de afdeling Mobiliteit aan dat ze onlangs een nieuw format hadden ontwikkeld om meer eenheid in de wijkberichten te krijgen (zie 11). Omdat dit format de toekomstige communicatievorm van het communicatieteam mobiliteit gaat worden, besloot ik om het onderzoeksmateriaal op te stellen volgens de richtlijnen van dit format.

3.3.1 De richtlijnen van het nieuwe wijkberichtformat

Om te achterhalen wat deze richtlijnen waren en waarom er precies voor dit format is gekozen, heb ik tijdens mijn interview vier vragen gesteld. (16) vat goed samen waarom er voor een nieuw format gekozen is en hoe dit nieuwe format afwijkt van de andere wijkberichten van de gemeente:

(16) *“We hebben formats gemaakt van wijkberichten die bedoeld zijn als een invuloefening waardoor je dus meer op dezelfde manier communiceert. Het is dan ook niet dat elk project afzonderlijk weer moeten bedenken hoe ze dat wijkbericht schrijven[...] maar dat je daarmee wel ook de goede boodschap overbrengt. In dat nieuwe format hebben we ook beeld als verplicht onderdeel opgenomen en een QR-code voor het geval er een link is om het gewoon iets weer wat moderner en frisser te maken. Het voordeel is vooral intern. Namelijk dat we een makkelijke werkwijze hebben waarbij we gewoon consistente kwaliteit van wijkberichten hebben. Dus niet dat ze zo uiteenlopen terwijl het vergelijkbare projecten zijn. Bijvoorbeeld dat we gewoon hetzelfde verhaal blijven vertellen.”*

-Bart. S

Het nieuwe format bevat dus nieuwe elementen ten opzichte van de oude wijkberichten. Zo bevat het nieuwe wijkbericht onder andere een afbeelding en een QR-code. Hiervoor is gekozen om de informatie op een moderne manier te presenteren (zie afbeelding 3 en bijlage E).

Afbeelding 3

Een wijkbericht van de gemeente Utrecht in het nieuwe format.

Denk mee over de Tuinwijkroute

De gemeente wil de verkeersveiligheid en leefbaarheid op en rond de Willem van Noortstraat en Antonius Matthaesuslaan verbeteren. We staan aan het begin van een nieuw ontwerp voor de straten op deze route, dus dit is hét moment om mee te denken over hoe we dat kunnen doen. Wij nodigen u van harte uit om online of op 12 december in de bibliotheek Tuinwijk uw mening te geven. Zo maken we samen een verkeersveilige en gezonde stad. Denkt u mee?

Praktische informatie



Online meedenken tot <deadline>: scan de QR-code of ga naar <website projectpagina/of naar pagina van Denk Mee>

Datum (inloop)bijeenkomst: dinsdag 12 december 2023

Tijd: vrije inloop tussen 19.00 en 21.00 uur

Locatie: Bibliotheek Tuinwijk, Ingen Houszstraat 8

Anmelden? Aanmelden is niet nodig.



Daarbij bevat het nieuwe wijkbericht ten opzichte van het oude wijkbericht een duidelijke toelichting waarom de gemeente de herinrichting van plan is (zie afbeelding 4 en bijlage E).

Afbeelding 4

Toelichting over een herinrichting in het nieuwe wijkbericht format. (Bijlage E)

Waarom doen we dit?

Bewoners hebben eerder zelf aangegeven dat ze op de Willem van Noortstraat en Antonius Matthaesuslaan een maximumsnelheid van 30 kilometer per uur willen. Deze kans pakken we aan om deze straten een nieuwe inrichting te geven. Van de huidige autoweg maken we een fietsstraat waar de auto te gast is. Op deze straat is de maximale snelheid 30 kilometer per uur en delen fietsers en automobilisten dezelfde weg. Van het huidige fietspad maken we een wandelpad om meer ruimte te bieden voor recreatie in de wijk. We doen dit niet alleen voor de bewoners, maar ook voor de mensen die hier werken, winkelen, naar school gaan of door het gebied reizen. We willen graag dat iedereen gezond, prettig en veilig kan reizen door Utrecht, nu en in de toekomst. We geven daarom voorrang aan schone manieren van vervoer die weinig ruimte innemen: lopen, fietsen, openbaar vervoer en deelfervoer. Op verschillende plekken in de stad passen we straten en pleinen aan. Dat willen we dus ook doen op deze Tuinwijkroute.

Aangezien dit format nog nieuw was, lag er op het moment van dit onderzoek nog geen wijkbericht klaar in de uitstraling van het nieuwe format waarin de gemeente een herinrichting aankondigt. Om deze boodschap toch in het huidige format voor te kunnen leggen aan de participanten, heb ik gebruikgemaakt van een wijkbericht in het nieuwe format waarin de gemeente inwoners uitnodigt voor een participatiemoment (zie afbeelding 3 & 4). Bij een participatiemoment nodigt de gemeente inwoners uit om samen een herinrichtingsplan te maken voor een straat of wijk (Gemeente Utrecht, z.d.-b). In een wijkbericht met het nieuwe format staat een toelichting waarom de gemeente de herinrichting van plan is. Aangezien deze toelichting in de nieuwe wijkberichten gelijk blijft gedurende de gehele periode van herinrichtingsproject, heb ik voor mijn wijkbericht versie A de toelichting gebruikt uit het participatiewijkbericht ¹ (zie bijlage A & E).

3.3.2 Fictieve elementen in de wijkberichten

Op dit moment had ik dus de juiste uitstraling van het nieuwe wijkberichtformat en een toelichting die geschreven was door de communicatiemedewerkers van de gemeente. Het enige wat nu nog ontbrak, was de praktische informatie om de inwoners te informeren over de herinrichtingsplannen. Om de juiste introductietekst te gebruiken en om er zeker van te zijn dat de praktische informatie in de wijkberichten realistisch was, heb ik teksten geselecteerd uit een ouder wijkbericht dat ik terug heb gevonden in het archief van de gemeente Utrecht (Gemeente Utrecht 2021a; Bijlage F).

Echter, tijdens dit onderzoek werd mij afgeraden om gebruik te maken van bestaande Utrechtse straatnamen waar een herinrichting heeft plaatsgevonden of gaat plaatsvinden. Sommige wegwerkzaamheden liggen in Utrecht namelijk politiek zeer gevoelig (RTVUtrecht, 2023). De communicatieadviseurs van de afdeling Mobiliteit gaven aan dat sommige Utrechters erg ontevreden zijn over de herinrichting van hun wijk en vaak actief op zoek gaan naar alle mogelijke platformen om hun ongenoegen te uiten. De verwachting van de communicatiemedewerkers van de afdeling mobiliteit was dat deze negatieve attitude tegenover de herinrichting de resultaten van het onderzoek negatief kon beïnvloeden.

¹ Dit participatiewijkbericht is geselecteerd uit de interne databank van de gemeente Utrecht. Wijkberichten worden eenmalig fysiek verstuurd naar de desbetreffende wijk. Daarna worden deze berichten als een intern word-document opgeslagen in de databank van de gemeente Utrecht. Alle wijkberichten worden uiteindelijk openbaar gemaakt op de de volgende website: <https://wijkberichten.utrecht.nl/>. Dit wijkbericht was echter op het moment van dit onderzoek nog niet gepubliceerd op deze website. Het interne word-document is te zien in de bijlage (zie bijlage E)

Om negatieve reacties te voorkomen had ik twee opties: andere Utrechtse straatnamen gebruiken of fictieve Utrechtse straatnamen gebruiken. Wanneer ik andere Utrechtse straatnamen zou gebruiken, dan zou een Utrechtse lezer uit deze straat wellicht het gevoel kunnen krijgen dat hij/zij via het onderzoek voor het eerst op de hoogte gebracht wordt van de wegwerkzaamheden in zijn/haar straat. Men zou dan wellicht de vragen negatiever invullen omdat de participant zich niet goed geïnformeerd voelt door de gemeente. Daarnaast wilde ik voorkomen dat een participant emotionele waarde zouden hechten aan een specifieke straat en hierdoor niet achter een herinrichting zouden staan. Om deze redenen heb ik gekozen om gebruik te maken van een fictieve straatnaam.

Deze fictieve namen zijn gegenereerd met behulp van een AI-website Chat GPT. Deze AI-website biedt creatieve suggesties op basis van de zoekterm die de gebruiker invoert (Van Buren, 2023). Chat GPT genereert de antwoorden op basis van de informatie die online wordt aangeboden. Op deze manier kon ik een straatnaam generen die voortkwam uit de andere Utrechtse straatnamen. Door de straatnamen toe te spitsen op een 'Utrechts karakter' heb ik gepoogd het experiment zo realistisch mogelijk te maken voor de Utrechtse participanten, oftewel, op deze manier heb ik gepoogd om de ecologische validiteit te waarborgen. Ik heb de volgende zoekterm ingevuld om de fictieve straatnamen te verzamelen die binnen het karakter van de stad Utrecht passen: "*Geef mij fictieve straatnamen voor een Utrechtse straat*". Op basis van deze vraag kwamen tien resultaten naar voren. Hiervan heb ik een naam gekozen die geloofwaardig in het Utrechtse straatbeeld past. Dit is uiteindelijk de Hazelaarlaan geworden. Hierdoor ziet de titel en introductietekst van de wijkberichten er als volgt uit:

Uitvoering herinrichting Hazelaarlaan

De komende periode verbeteren we de Hazelaarlaan. We richten de straat zo in dat het prettiger wordt om er te wonen, winkelen en verblijven. Daarnaast verbeteren we de doorgaande route voor fietsers. Op 5 februari 2024 starten de werkzaamheden. In dit bericht leest u wat dit voor u betekent.

3.3.3 fictief Impressiebeeld

Het nieuwe format van een wijkbericht bevat een impressiebeeld van hoe de nieuwe wijk of straat eruit komt te zien. Aangezien ik in het wijkbericht gebruik heb gemaakt van fictieve namen, had ik ook een fictief impressiebeeld nodig om het wijkbericht in te richten volgens de richtlijnen van het nieuwe format. Dit impressiebeeld (zie afbeelding 5) heb ik gemaakt met de nieuwe AI-tool, *Adobe Firefly*. Dit programma is in staat om op basis van geschreven tekst en/of voorbeeldfoto's nieuwe beelden te genereren. Ik heb dit programma de volgende

zoekfunctie gegeven: “Maak een foto van een fictieve Utrechtse straat. Voeg een fietspad toe. Voeg fietsers en wandelaars toe.” Vervolgens heb ik een impressiebeeld van een origineel wijkbericht toegevoegd zodat de AI-tool meer informatie had om zelf een beeld te genereren (zie afbeelding 6).

Afbeelding 5

Impressiebeeld van de gemeente Utrecht van de Westerkade.



(Gemeente Utrecht, 2021b)

Afbeelding 6

Fictief impressiebeeld voor in het wijkbericht. (Gebruikt in de wijkberichten).



3.4 Procedure van de enquête

De onafhankelijke variabele die centraal staat in dit onderzoek is narratieve argumentatie. De afhankelijke variabele van dit onderzoek is attitude. De volgende paragraaf bespreekt hoe de afhankelijke variabele is geoperationaliseerd. Zoals gesteld in het theoretisch kader is een attitude een reactie van een persoon (Breckler, 1984). Ellis (1991) toont met zijn ABC-model aan dat een attitudereactie op verschillende manieren geuit kan worden. Lezers kunnen bijvoorbeeld een maatregel goed- of afkeuren door emoties te uiten (affectieve reactie), gedachten te delen (cognitieve reactie), of door bepaald gedrag te vertonen (conatieve reactie). Zowel Breckler (1984) als Ellis (1991) tonen een duidelijke relatie aan tussen deze drie reacties en de attitude van een individu. Het is dus relevant om deze drie attitudereacties afzonderlijk van elkaar te meten om te bepalen of de attitude van de doelgroep (positief) veranderd is of niet.

Het reclameonderzoek van Raedts en Dupré (2015) is als uitgangspunt voor de operationalisatie van dit onderzoek gebruikt. Raedts en Dupré (2015) hebben met hun onderzoek gekeken naar het effect van een Nederlandse of Italiaanse slagzin op de attitude van een lezer. Hierbij hebben zij met behulp van een enquête succesvol de drie attitudeconstructen gemeten die we in dit onderzoek ook pogen te meten namelijk; de affectieve -, cognitieve - en conatieve reactie (Breckler, 1984). Gezien deze succesvolle meting, zal dit onderzoek ook gebruikmaken van een enquête om deze attitude reacties te meten.

Een enquête is een kwantitatieve onderzoeksmethode waarmee data verzameld wordt door specifieke mensen vragen te laten beantwoorden (Dörnyei & Csizér, 2012). Aangezien deze kwantitatieve onderzoeksmethode van Raedts en Dupré (2015) succesvol was om de drie attitudeconstructen te meten, is er voor dit onderzoek besloten om ook door middel van een enquête het effect van narratieve argumentatie te meten op de attitude van de participanten.

Afwijkend van het reclameonderzoek van Raedts en Dupré (2015), waarbij een tussen-proefpersoon-ontwerp² gehanteerd is, had dit onderzoek een binnen-proefpersoon-ontwerp. Elke deelnemer kreeg bij dit onderzoek dus zowel een origineel wijkbericht van de gemeente

² Bij een binnen-proefpersoon-ontwerp zijn alle participanten blootgesteld aan hetzelfde stimulusmateriaal. Hierbij worden de antwoorden of het gedrag uit dezelfde groep gemeten. Bij een tussen-proefpersoon-ontwerp zijn de participanten in twee of meerdere groepen opgedeeld. Iedere groep wordt blootgesteld aan een ander stimuli. Vervolgens worden de antwoorden of gedrag van de ene groep gemeten en vergeleken met de antwoorden of gedrag de andere groep(en) (Charness et al., 2012).

te zien zonder narratieve argumentatie (versie A) als een gemanipuleerd wijkbericht met narratieve argumentatie (versie B). Zoals vermeld is hiervoor gekozen om exacter aan te kunnen wijzen dat het verschil in attitude komt door de aan-/afwezigheid van narratieve argumentatie. Hierdoor was een binnen-proefpersoon-ontwerp voor dit onderzoek beter voor de interne validiteit dan een tussen-proefpersoon-ontwerp. In de volgende paragraaf licht ik de vragenlijst toe en hoe de participanten deze hebben doorlopen. De structuur van de vragenlijst bestond uit tien onderdelen:

1. Introductietekst
2. Uitleg over de wijkberichten
3. De wijkberichten
4. Manipulatievragen
5. Beoordelingsvragen
6. Vragen rondom de affectieve reactie
7. Vragen rondom de cognitieve reactie
8. Vragen rondom de conatieve reactie
9. Demografische gegevens van de participanten
10. Afronding

Paragraaf 3.4.2 tot en met paragraaf 3.4.6 behandelen de enquête tot aan de vragen waarmee de attitude gemeten is (punt 1 t/m 5). Paragraaf 3.5 gaat dieper in over de items waarmee de drie verschillende attitudereacties gemeten zijn (punt 6 t/m 8). Paragraaf 3.6 behandelt de demografische gegevens van de participanten (punt 9) en hoe de enquête is afgerond (punt 10).

3.4.2 Introductietekst

Als eerste onderdeel van de vragenlijst kregen de participanten een introductietekst te lezen. Deze tekst heb ik opgesteld volgens de richtlijnen van de Facultaire Ethische Toetsingscommissie Geesteswetenschappen (FETC-GW). De FETC-GW heeft als doel om ethisch verantwoord onderzoek te bevorderen en te faciliteren om hiermee de rechten, veiligheid en het welzijn van de deelnemers aan wetenschappelijk onderzoek te waarborgen (Universiteit Utrecht, 2022). Volgens de richtlijnen van FETC-GW heb ik de participanten zo

volledig mogelijk geïnformeerd over de structuur van het onderzoek. Ook heb ik in deze introductietekst de rechten van de participanten vermeld. De participanten moesten akkoord gaan met de voorwaarde dat hun antwoorden opgeslagen en gebruikt werden voor dit onderzoek voordat ze verder konden gaan met de enquête (zie bijlage C). Dit deden de participanten door op “accepteren” te klikken.

3.4.3 Uitleg over de wijkberichten

In het tweede deel van de vragenlijst kregen de participanten verder uitleg over de vragenlijst. Hierbij is ook gepoogd om de lezer te instrueren zo aandachtig mogelijk de tekst te lezen. Een aandachtige lezer was relevant voor dit onderzoek omdat dit de eerste stap is voor het ‘transportatieproces’ van de lezer en een belangrijk aspect om de attitude van de lezer te beïnvloeden (Busselle & Bilandzic, 2008; zie paragraaf 2.4). Om de participanten de tekst aandachtig door te laten lezen is de volgende instructietekst vermeld:

Op de volgende pagina krijgt u twee verschillende versies van een wijkbericht te lezen. Lees beide berichten 2x aandachtig door, want daarna krijgt u er een aantal vragen over. Na minimaal 60 seconden leestijd kunt u doorklikken naar de vragen.

3.4.4 De wijkberichten

Nadat de practicanten hadden geklikt op ‘start het onderzoek’ kwamen zij terecht op de derde pagina van de vragenlijst. Hier kregen de participanten twee versies van wijkbericht te lezen. Wijkbericht versie A was een bestaand wijkbericht van de gemeente Utrecht. Wijkbericht versie B was hetzelfde wijkbericht maar dan was de alinea onder het kopje “*waarom doen we de wegwerkzaamheden?*” herschreven naar een tekst met narratieve argumentatie. Om te voorkomen dat de participanten te veel moesten lezen en te veel nieuwe informatie tot zich moesten nemen is er besloten om selectieve gedeelten uit het bestaande wijkberichten te gebruiken voor het stimulusmateriaal (zie bijlage E). Hierdoor is alle gedetailleerde informatie voor de weggebruikers en leveranciers niet toegevoegd aan de wijkberichten (zie bijlage F). De twee wijkberichten varieerden van 260 (versie A) tot 330 (versie B) woorden. Los van de manipulatie was de inhoud van de wijkberichten identiek.

3.4.5 Manipulatievragen

Pagina vier van de vragenlijst bestond uit twee manipulatiecheckvragen en twee beoordelvragen. Omdat een aanzienlijk deel van participanten de enquête thuis achter hun computer of op hun mobiel zou invullen, was er niet uit te sluiten dat externe factoren de participanten zouden afleiden. Hauser, Ellsworth en Gonzalez (2018) stellen daarom dat hedendaags onderzoek gebaat kan zijn bij een manipulatiecheck om vast te stellen of dat de

participanten het stimulusmateriaal aandachtig tot zich hebben genomen. Met een manipulatiecheckvraag kan snel gezien worden of een lezer de leesinstructies goed heeft opgevolgd en of de lezer een tekst aandachtig heeft gelezen (Oppenheimer, Meyvis & Davidenko, 2009). Oppenheimer et al. (2009) stellen dan ook dat een manipulatiecheckvraag de statistische kracht van een experiment substantieel kan vergroten. Het is dan wel van belang dat de manipulatievragen niet te sturend geformuleerd zijn. Anders kan dit de antwoorden van de participanten op de enquêtevragen beïnvloeden (Hauser et al., 2018).

Een aandachtige lezer was voor dit onderzoek relevant voor twee redenen. Ten eerste hangt de betrouwbaarheid van de data af van de mate waarin de participanten aandachtig de vragen beantwoorden (McCrudden et al., 2006). Ten tweede was het belangrijk voor het transportatieproces van de lezer (en dus de overtuigingskracht van het narratief) dat de lezers de tekst aandachtig hadden gelezen (Hoeken, 2009; Busselle & Bilandzic, 2008).

Manipulatievraag 1 luidde: *Wie heeft deze brief verzonden?* De participanten konden reageren op deze vraag met A: de gemeente Utrecht, B: de inwoners van de Hazelaarlaan of C: de aannemer van het bouwproject. Uit een Chi-kwadraattoets is gebleken dat veruit de meeste participanten konden aanwijzen dat de gemeente Utrecht de afzender van de brief was ($\chi^2(2) = 0.989, p < .001$). Manipulatievraag 2 luidde: *Voor wie is deze brief bedoeld?* De participanten konden reageren op deze vraag met dezelfde meerkeuze antwoorden als in vraag 1. Wederom toonde een Chi-kwadraattoets aan dat de meeste participanten in staat waren om uit het wijkbericht op te maken wie de beoogde doelgroep voor het wijkbericht was ($\chi^2(2) = 0.955, p < .001$). Hiermee kunnen we stellen dat het overgrote deel van participanten aandachtig genoeg gelezen heeft om de afzender en de beoogde doelgroep van het wijkbericht aan te wijzen. De participanten die de manipulatievragen fout hadden beantwoord, zijn voor de betrouwbaarheid van de data buiten beschouwing gelaten. In totaal ging dit om vier participanten.

3.4.6 Beoordelingsvragen

Zoals vermeld, is het onderzoek van Raedts en Dupré (2015) als uitgangspunt gebruikt om de reacties en attitudes te meten van de participanten nadat zij de wijkberichten gelezen hadden. Raedts en Dupré (2015) hebben in hun onderzoek de waardering voor een advertentie op twee manieren gemeten. Eerst vroegen zij de participanten om hun spontane waardeoordeel te geven op een 10-puntsschaal. Daarna vroegen zij in meer detail naar de drie attitudereacties. Omdat ik benieuwd was hoe beide wijkberichten over het algemeen ontvangen zijn, heb ik naar voorbeeld van het onderzoek van Raedts en Dupré (2015) ook een beoordelingsvraag toegevoegd. In dit onderzoek moesten de participanten zowel voor wijkbericht A als voor wijkbericht B een cijfer geven op een 10-puntsschaal. Vervolgens is met

een T-toets bekeken of de participanten de wijkberichten significant anders beoordelen. Ik heb besloten om deze vraag direct in het begin te stellen na de manipulatievragen omdat ik wilde voorkomen dat de attitudevragen de spontane reactie op de wijkberichten zouden beïnvloeden.

3.5 Meetinstrumentatie

Na de manipulatie- en beoordelingsvragen kregen de participanten vragen voorgelegd waarmee het effect van narratieve argumentatie op de attitude van de participanten is gemeten. Hierbij is er naar de drie aspecten van attitude gekeken:

1. De affectieve reactie
2. De cognitieve reactie
3. De conatieve reactie (Breckler, 1984, zie paragraaf 2.5)

Net als in het onderzoek van Raedts en Dupré (2015), is elk construct bevraagd aan de hand van vijf items. Elk item bevroeg een onderdeel van een attitudeconstruct. Om te voorkomen dat de participanten de vragenlijst op de 'automatische piloot' zouden invullen heb ik zowel gebruikgemaakt van items in de vorm van semantische-schalen (17) als items in de vorm van stellingen (18). Bij de semantische vragen moesten de participanten aangeven wat ze van wijkbericht B (wijkbericht met narratieve argumentatie) vonden vergeleken met wijkbericht A (wijkbericht zonder narratieve argumentatie). Bijvoorbeeld:

(17) **Semantische schaal:** *Ik vind tekst B vergeleken met tekst A... moeilijk te begrijpen - makkelijk te begrijpen (7-puntsschaal)*

Bij de stellingvragen (16) moesten de participanten aangeven in welke mate zij het eens/oneens waren met vergelijking tussen wijkbericht B en wijkbericht A. Bijvoorbeeld:

(18) **stellingvraag:** *Tekst B bevat een overtuigender argument dan tekst A... helemaal eens - helemaal oneens (7-puntsschaal)*

Per construct werden drie items gemeten met semantisch-differentiaal en twee met een stellingvraag. Raedts en Dupré (2015) hebben gebruikgemaakt van 7-punts Likerts' schalen om de attitudeconstructen mee te meten. Aangezien deze schalen een goed inzicht gaven in

de beoordelingen van de participanten, is er in dit onderzoek gekozen om de attitudeconstructen met dezelfde schaal te meten (zie bijlage C voor de vragenlijst).

Om te voorkomen dat de participanten de items onaanachtig zouden invullen, was als tweede ingreep bij ieder construct een van de vijf items omgepoold. Alle vragen waren verplicht om in te vullen. De participanten konden niet terug naar vorige antwoorden wanneer ze een vraag hadden beantwoord. Dit is gedaan om zo goed mogelijk een eerste impressie te meten.

3.5.1 Affectieve reactie

De eerste attitudedimensie uit het ABC-model (Ellis, 1991) die ik heb gemeten met de enquête is de affectieve reactie van de participanten. Met dit construct wordt voornamelijk de emotionele reactie van een participant gemeten (Breckler, 1984).

De items uit het onderzoek van Raedts en Dupré (2015), waarmee de affectieve reactie is gemeten, bleken een zeer hoge alfa-waarden³ te hebben ($\alpha > .93$). Gezien deze hoge alfa-waarden heb ik besloten om de affectieve reactie met dezelfde items te meten. De vijf items die ik heb voorgelegd aan de respondenten zijn terug te zien in tabel 4:

³ De validiteit van een instrument hangt nauw samen met de betrouwbaarheid van een instrument. Een instrument kan alleen valide zijn als het betrouwbaar is. De betrouwbaarheid van een instrument hangt echter niet af van de validiteit (Tavakol & Dennick, 2011). Met een Cronbach's alpha toets kan de betrouwbaarheid van een construct berekend worden (Tavakol & Dennick, 2011).

Tabel 4

De vijf items waarmee de affectieve reactie is gemeten. Alle items zijn gemeten met een 7-punts Likertschaal.

Item	Vraag
1	Ik vind tekst B vergeleken met tekst A ... Helemaal niet leuk- Veel leuker
2	Ik vind tekst B vergeleken met tekst A ... Erg saai - Erg Boeiend
3	Ik vind tekst B vergeleken met tekst A ... Erg slecht - Erg goed
4	Ik vind tekst B origineel vergeleken met tekst A Helemaal eens - helemaal oneens
5	Ik voel mij minder persoonlijk aangesproken als ik tekst B lees vergeleken met tekst A Helemaal eens – Helemaal oneens

Zoals vermeld, onderzoeken Raedts en Dupré (2015) het effect van een advertentie met een Italiaanse of Nederlandse slagzin op de attitude van de lezers. Omdat we in dit onderzoek niet kijken naar een advertentie maar naar een wijkbericht, heb ik het woord 'advertentie' vervangen door het woord 'wijkbericht'. Verder zijn de items gelijk gebleven op het item 'aantrekkelijk' na. Vanuit het perspectief van een reclameonderzoek is het te begrijpen dat Raedts en Dupré (2015) geïnteresseerd waren in hoeverre de participanten de advertentie aantrekkelijk vonden. Een reclame met een aantrekkelijke uitstraling zorgt namelijk voor een positief gevoel richting een product of merk bij mensen die een tekst niet inhoudelijk verwerken (perifere verwerkers). Deze "persuasieve cues" (bijvoorbeeld een aantrekkelijke vormgeving) kunnen dus uiteindelijk zorgen voor een positieve attitudeverandering bij mensen die een tekst niet inhoudelijk lezen (Petty & Cacioppo, 1986; van der Ven & Verhallen, 1998).

Aangezien dit onderzoek als doel heeft om het effect van narratieve argumentatie te testen op de attitude van de lezer, is de vormgeving van het wijkbericht buiten beschouwing gelaten als persuasief element. In plaats van het item aantrekkelijkheid heb ik daarom gemeten of de participanten het wijkbericht met narratieve argumentatie als een “rijker medium” beschouwen dan een wijkbericht zonder narratieve argumentatie. Een rijk medium is een medium dat voor de ontvanger van het bericht persoonlijk aanvoelt (Lee, 1994). Een gesprek voelt bijvoorbeeld persoonlijker aan dan een Excel document. Ik heb gepoogd om de mediarijkheden te meten met de volgende stelling: “*Ik voel mij persoonlijker aangesproken als ik zin B lees, vergeleken met zin A*” (*Helemaal oneens – Helemaal eens*).

Als laatste aanpassing is het item “*niet origineel/origineel*” omgeschreven tot een stelling en omgepoold: “*Ik vind tekst A minder origineel dan tekst B*” (*Helemaal oneens – Helemaal eens*).

De items waarmee de affectieve reactie is gemeten hadden een hoge alfa-waarden ($\alpha = .81$). Hierdoor kunnen alle vijf de items samengenomen worden om de gemiddelde affectieve score te berekenen.

3.5.2 Cognitieve reactie

De tweede attitudedimensie uit het ABC-model (Ellis, 1991) die ik heb gemeten met de enquête is de cognitieve reactie van de participanten. Met dit construct worden voornamelijk de gedachten van een participant gemeten (Breckler, 1984).

In het onderzoek van Raedts en Dupré (2015) ligt de nadruk van dit construct op de vraag: begrijpen de lezers de slagzin en kunnen zij deze onthouden? Deze vragen waren hierdoor niet bruikbaar voor dit onderzoek. Om te meten of participanten het narratieve argument begrepen en konden onthouden zijn er vijf nieuwe items geschreven om de cognitieve reactie te meten (zie tabel 5)

Tabel 5

De vijf items waarmee de cognitieve reactie is gemeten. Alle items zijn gemeten met een 7-punts Likertschaal.

Item	Vraag
1	Ik vind tekst B vergeleken met tekst A ... Erg moeilijk te begrijpen- Veel makkelijker te begrijpen
2	Ik vind tekst B vergeleken met tekst A ... Erg slecht te onthouden - Erg goed te onthouden
3	Ik vind tekst B vergeleken met tekst A ... Erg onduidelijk - Erg duidelijk
4	Als ik tekst B lees, dan begrijp ik minder goed waarom de gemeente de herinrichting gaat uitvoeren dan in tekst A. Helemaal eens - Helemaal oneens
5	Tekst B is overtuigender dan tekst A Helemaal eens – Helemaal oneens

Wederom hadden de items hoge alfa-waarden ($\alpha = .87$). Dit betekent dat alle vijf de items samengenomen kunnen worden om de gemiddelde cognitieve score te berekenen.

3.5.3 Conatieve reactie

De derde attitude dimensie uit het ABC-model (Ellis, 1991) die ik heb gemeten met de enquête is de conatieve reactie van de participanten. Met dit construct worden de gedragsintenties van een participant gemeten (Ellis, 1991; Breckler, 1984).

In het onderzoek van Raedts en Dupré (2015) ligt de nadruk van dit construct op de vraag: wat zijn je koopintenties na het zien van de reclame? Aangezien het wijkbericht geen product verkoopt, moest de nadruk van deze vragen aangepast worden. Hiervoor is gekeken naar de vragen die Ellis (1991) op basis van zijn ABC-model gebruikt in zijn psychologieonderzoeken om de conatieve reactie van zijn patiënten te meten. Om te meten of patiënten na een behandeling anders naar hun persoonlijke situatie aankijken, meet Ellis (1991) of een patiënt zijn persoonlijke situatie meer is gaan accepteren. De gemeente past in zekere zin ook de persoonlijke situatie van een inwoner aan door de leefomgeving van de inwoner her in te richten. Om te meten of de lezers deze verandering in de persoonlijke situatie accepteren, heb ik besloten om de volgende adjectieven over te nemen: acceptabel, aanvaardbaar en steunen (Ellis, 1991, zie tabel 6). Ook heb ik twee stellingen toegevoegd om te meten om een daadwerkelijke handeling te meten. Hierbij heb ik gekeken of de lezers minder snel geneigd zijn om een klacht of bezwaar in te dienen na het lezen van wijkbericht B vergeleken met wijkbericht A.

Tabel 6

De vijf items waarmee de conatieve reactie is gemeten. Alle items zijn gemeten met een 7-punts Likertschaal.

Item	Vraag
1	Ik vind tekst B vergeleken met tekst A ... Helemaal niet acceptabel- Helemaal acceptabel
2	Ik vind de hinder van de wegwerkzaamheden in tekst B vergeleken met tekst A ... Volledig onaanvaardbaar - Volledig aanvaardbaar
3	Ik zou de herinrichting van de straat in tekst B vergeleken met tekst A ... Helemaal niet steunen - Volledig steunen
4	Ik zou minder snel een klacht indienen over de wegwerkzaamheden in tekst B vergeleken met tekst A Helemaal eens - helemaal oneens
5	Ik zou eerder bezwaar maken van de wegwerkzaamheden na het lezen van tekst B vergeleken met tekst A Helemaal eens – Helemaal oneens

De items waarmee de conatieve reactie is gemeten hadden een hoge alfa-waarden ($\alpha = .83$). Dit betekent dat alle vijf de items samengenomen kunnen worden om de gemiddelde conatieve score te berekenen.

3.6 Demografische gegevens van de participanten

Als laatste moesten de participanten vijf demografische vragen invullen. Hier werd gevraagd naar de leeftijd, het geslacht, het opleidingsniveau en of iemand woonachtig is in Utrecht en zo ja, hoelang. Voor dit onderzoek heb ik een sample groep verzameld die zo representatief mogelijk was voor de inwoners van de stad Utrecht. Hiervoor is niet specifiek gefocust op leeftijd, geslacht of opleidingsniveau maar is er wel actief op zoek gegaan naar een divers publiek om een goede afspiegeling van de stad te hebben. Ook was het van belang dat de participanten affiniteit hadden met herinrichtingsplannen van de gemeente zodat de participanten gemotiveerd waren om de vragen in te vullen. Om deze respondenten te vinden heb ik dit onderzoek geplaatst op een instagramkanaal van de gemeente Utrecht van de communicatieafdeling Mobiliteit. Deze instagrampagina heet UtrechtOnderweg. Op dit instagramkanaal worden alle updates over wegwerkzaamheden en herinrichtingsplannen Utrecht gedeeld (UtrechtOnderweg. z.d.).

Nadat deze enquête een paar dagen online stond, viel het mij op dat enkel mensen met een Wo- of Hbo-achtergrond deze enquête invulden. Om een betere afspiegeling van de Utrechtse inwoners te verzamelen, heb ik met een fysieke enquête mensen benaderd. Hiervoor ben ik naar overdekte publieke ruimtes gegaan waar de participanten voldoende tijd hadden om de wijkberichten aandachtig te lezen. De locaties waar ik heen ben gegaan om participanten te werven waren: openbare bibliotheken, verschillende buurthuizen en het Leger des Heils.

In totaal hebben 131 participanten de link van de vragenlijst geklikt. Van deze 131 participanten vielen er 30 af omdat er geen antwoorden waren doorgegeven. Daarnaast hebben 9 participanten een previewlink gekregen. Hierbij hebben zij niet inhoudelijk de vragen ingevuld maar enkel gekeken naar verbeterpunten voor de enquête. De antwoorden van deze 9 participanten zijn dan ook buiten beschouwing gelaten. Op basis van de feedback van deze pre-test heb ik twee aanpassingen doorgevoerd aan de vragenlijst. Ten eerste gaven de participanten aan dat ze behoefte hadden om hun voortgang te zien. Dit heb ik gedaan door bij ieder construct aan te geven in welk deel van de vragenlijst de participant was. Bijvoorbeeld bij de vragen over de affectieve reactie stond “**deel 1/3 van de vragenlijst**”.

Als tweede aanpassing heb ik een vraag toegevoegd om het opleidingsniveau te meten. Hierbij heb ik gepoogd te meten of de waardering van het narratieve argument afhangt van de mate waarin iemand onderwezen is. Helaas was deze aanpassing niet goed doorgekomen in het statistiekprogramma Jasp. Hierdoor konden de participanten de eerste twee dagen dat de

enquête online stond hun opleidingsniveau niet doorgeven. Hierdoor hebben 21 participanten hun opleidingsniveau niet doorgegeven.

Om de vragenlijst in te vullen stond ongeveer 7 tot 10 minuten gereserveerd. Sommige participanten zijn echter tijdens het invullen van vragenlijst afgehaakt zonder de vragenlijst weg te klikken. Daarnaast zijn er ook participanten die juist opvallend snel door de vragen heen zijn gegaan (minder dan 2 minuten). Om de validiteit van de data te vergroten zijn alle participanten die minder dan drie minuten of meer dan 25 minuten over de vragenlijst hebben gedaan, buiten beschouwing gelaten. Ook werden alleen de participanten meegenomen die beide manipulatievragen goed hadden beantwoord. Dit is wederom gedaan om de validiteit van de data te vergroten. Uiteindelijk bleven er 77 participanten over. De demografische gegevens van deze participanten zijn te zien in tabel 7.

Tabel 7

Demografische gegevens van de participanten. Gekeken naar geslacht, leeftijd, woonachtig in Utrecht en opleidingsniveau. De verdeling is gecontroleerd met de bijbehorende statistische toets.

Demografisch gegevens	Aspect
Geslacht (N= 73)	Man: 29 Vrouw: 43 X: 1
Leeftijd (N= 73)	18-75
Woonachtig in Utrecht (N=73)	<1 jaar: 2 1-5 jaar: 16 6-10 jaar: 16 >10: 21 niet woonachtig: 18
Opleidingsniveau (N=52)	Basisschool: 1 MBO: 3 HBO: 15 WO: 33

3.6.2 Afronding van de vragenlijst

In het laatste gedeelte van de vragenlijst werden de participanten bedankt voor hun bijdragen en werd duidelijk gemaakt dat het wijkbericht fictief was. De data is verzameld met de web-based survey tool Qualtrics. De vragenlijst bestond uit 21 vragen en invullen duurde gemiddeld 8 minuten (M= 464 seconden, SD=187.13).

3.7 Data-analyse

Voor dit onderzoek zijn drie verschillende attitudeconstructen bekeken; de affectieve-, cognitieve- en conatieve attitudereactie. Met een Cronbach's alfa is berekend of deze drie constructen betrouwbaar zijn. Nadat de constructen voldoende betrouwbaar bleken te zijn, is er voor ieder attitudeconstruct een gemiddelde score berekend. Vervolgens zijn voor de drie constructen One-sample t-toetsen uitgevoerd. Deze constructen zijn gemeten op een 7-puntsschaal. Aangezien we in dit onderzoek een vergelijkingsonderzoek-ontwerp hanteren, beschouwen we een gemiddelde score die significant onder de waarde vier uitkomt, als indicatie dat het wijkbericht zonder narratieve argumentatie beter wordt beoordeeld dan een wijkbericht met narratieve argumentatie. De gemiddelde score van een attitudeconstruct die significant boven de waarde vier uitkomt, beschouwen we als een indicatie dat het wijkbericht met narratieve argumentatie beter wordt beoordeeld in vergelijking met het wijkbericht zonder narratieve argumentatie.

Met een gepaarde t-toets is bekeken hoe de participanten beide wijkberichten over het algemeen hebben beoordeeld. Hierbij moesten de participanten beide wijkberichten beoordelen op een 10-puntsschaal.

Ook is er gekeken of de demografische gegevens van de participanten effect hebben gehad op de beoordeling van de drie attitudeconstructen. Zoals te zien in tabel 7, is er tijdens dit onderzoek gekeken naar de volgende demografische gegevens; geslacht, opleidingsniveau, het aantal jaren dat een participant woonachtig is in Utrecht en leeftijd. Er is een onafhankelijke t-toets uitgevoerd om te bekijken of mannen en vrouwen de drie attitudeconstructen significant anders beoordeelden ten opzichte van elkaar.

Qua opleidingsniveau waren de participanten erg scheef verdeeld. Zo waren er maar drie participanten met een Mbo-opleiding tegenover 15 participanten met een Hbo-opleiding en 33 participanten met een Wo-opleiding. Daarbij had een participant alleen een basisschool afgerond. Gezien deze verdeling, is bepaald om de participanten met een basisschool- en Mbo-opleiding buiten beschouwing te laten om te bepalen of het opleidingsniveau significant van invloed is geweest op de beoordeling van de attitudeconstructen. Omdat er twee opleidingsgroepen overbleven is er een onafhankelijke t-toets uitgevoerd om te bekijken of de participanten met een Hbo- en Wo-opleiding de drie attitudeconstructen significant anders beoordeelden ten opzichte van elkaar.

Ook is er met een onafhankelijk t-toets bekeken of de participanten die woonachtig zijn in Utrecht de drie attitudeconstructen significant anders beoordeelden ten opzichte van de

participanten die niet woonachtig zijn in Utrecht. Aangezien er slechts twee participanten minder dan een jaar in Utrecht woonde, is er besloten om de participanten op te delen in twee groepen. De eerste groep bestond uit participanten die korter dan tien jaar in Utrecht hebben gewoond. De tweede groep bestond uit participanten die al langer dan 10 jaar in Utrecht wonen. Wederom is er een onafhankelijke t-toets uitgevoerd om te bekijken of deze twee groepen de drie attitudeconstructen significant anders beoordeelden ten opzichte van elkaar.

Tot slot is er een variantieanalyse uitgevoerd om te bekijken of de leeftijd van de participanten significant van invloed is geweest op de beoordeling van de attitudeconstructen. Hierbij zijn er drie leeftijdscategorieën met elkaar vergeleken; 18 tot 25 jaar, 26 tot 35 jaar en 36+.

4 Resultaten

Paragraaf 4.1 bespreekt de algemene beoordeling van de wijkberichten. Paragraaf 4.2 bespreekt de gemiddelde scores per attitudeconstruct. Paragraaf 4.3 kijkt of de demografische eigenschappen van de participanten invloed hebben gehad op de beoordeling van de attitudeconstructen.

4.1 Algemene beoordelingen

Met een gepaarde t-toets is bekeken hoe de participanten beide wijkberichten over het algemeen hebben beoordeeld. Hierbij hebben de participanten op een 10-puntsschaal een cijfer gegeven voor een wijkbericht zonder narratieve argumentatie en een cijfer voor een wijkbericht met narratieve argumentatie. Het wijkbericht zonder narratieve argumentatie werd gemiddeld beoordeeld met een 7.34 (sd = 1.30) en het wijkbericht met narratieve argumentatie werd gemiddeld beoordeeld met een 6.75 (sd = 1.79). Deze gemiddelden verschilden significant van elkaar ($t(76) = 2.55, p = .013$). Dit betekent dat de participanten een wijkbericht zonder narratieve argumentatie over het algemeen beter beoordelen dan een wijkbericht met narratieve argumentatie.

4.2 De gemiddelde scores per attitudeconstruct

Voor dit onderzoek zijn drie verschillende attitudeconstructen bekeken; de affectieve-, cognitieve- en conatieve attitudereactie. Met een Cronbach's alfa is bekeken of deze drie constructen betrouwbaar zijn. Uit deze toets bleek dat alle attitudeconstructen een hoge betrouwbaarheidsscore hadden (zie paragraaf 3.5). Hierdoor kon er voor ieder attitudeconstruct een gemiddelde score berekend worden. Vervolgens zijn er drie One-sample t-toetsen uitgevoerd. Hiermee is getoetst of het gemiddelde van deze attitudereacties

significant afwijken van de waarde 4. De waarde vier is aangehouden omdat dit het midden is op een 7-puntsschaal. Hierdoor is de waarde 4 de uitgangswaarde om te bepalen of de participanten voorkeur uiten voor een wijkbericht met narratieve argumentatie (een waarde significant boven de waarde 4) of een wijkbericht zonder narratieve argumentatie (een waarde significant onder de waarde 4). In tabel 8 en figuur 2 zijn de gemiddelde scores te zien van de drie attitudeconstructen. Alle attitudeconstructen die qua gemiddelde score significant afwijken van de waarde 4 (en dus het midden van de 7-puntsschaal) zijn grijs gemarkeerd (zie tabel 8).

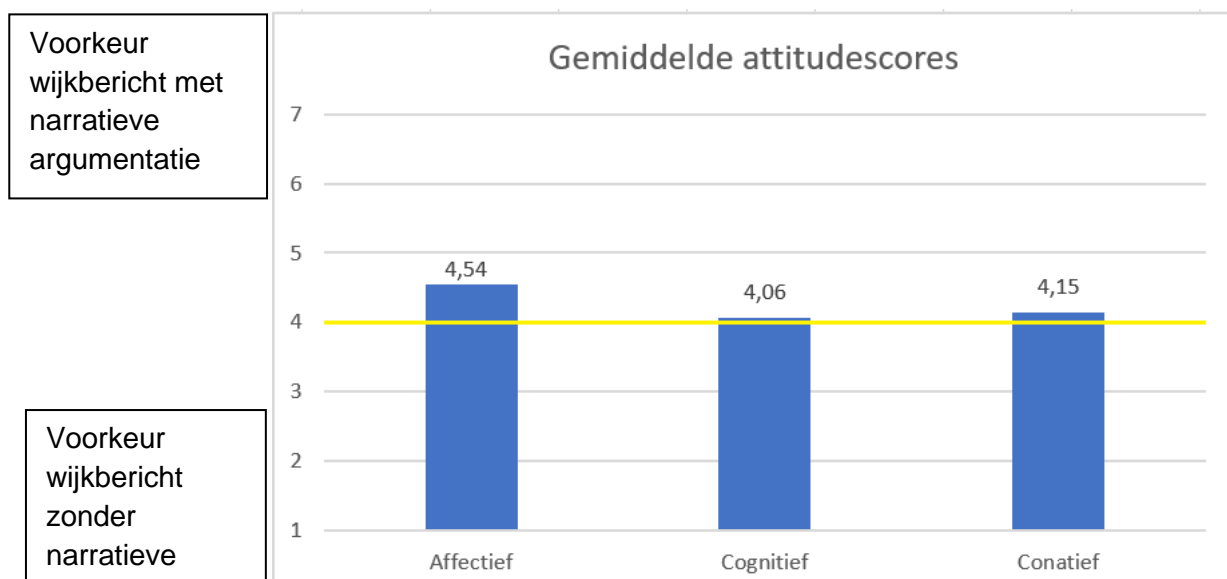
Tabel 8

Gemiddelde score (en standaarddeviaties) per attitudeconstruct en de uitkomst van de bijbehorende One-sample t-toets. (N= aantal participanten)

Attitudeconstruct	M+SD	N	T-toets	<i>d</i>
Affectieve reactie	4.54 (1.14)	77	(t (76) = 4.18, $p < .001$)	0.48
Cognitieve reactie	4.06 (1.24)	73	(t (72) = 0.38, $p = .353$)	0.04
Conatieve reactie	4.15 (1.11)	73	(t (72) = 1.18, $p = .122$)	0.14

Figuur 2

Staafdiagram van de drie attitudeconstructen met de bijbehorende gemiddelde attitudescores.



Uit een One sample t-toets bleek dat er een significant verschil was in de beoordeling van de affectieve attitudereactie (t (76) = 4.18, $p < .001$, $d = 0.48$). De gemiddelde score van de

affectieve attitudereactie was significant hoger dan de waarde 4 ($M = 4.54$), de uitgangswaarde waarbij beide wijkberichten gelijk beoordeeld zouden zijn. Dit betekent dat de participanten een positievere affectieve attitudereactie uiten richting het wijkbericht met narratieve argumentatie in vergelijking met het wijkbericht zonder narratieve argumentatie. Voor de cognitieve en conatieve attitudereactie ($t(72) = 0.38, p = .353, d = 0.04$) en de conatieve attitudereactie ($t(72) = 1.18, p = .122, d = 0.14$) geldt dat er geen significante verschillen zijn in de beoordelingen van de participanten ($M = 4.06$ en $M = 4.15$ respectievelijk). Voor zowel de cognitieve- en conatieve attitudereactie geldt dus dat de participanten hetzelfde reageren in het wijkbericht met narratieve argumentatie in vergelijking met het wijkbericht zonder narratieve argumentatie.

4.3 Demografische eigenschappen van de participanten en hun beoordelingen.

Aan de hand van verschillende onafhankelijke t-toetsen en een variantieanalyse is bekeken of de demografische eigenschappen van de participanten invloed hebben gehad op de beoordeling van de wijkberichten. Hierbij is gekeken naar geslacht, opleidingsniveau, leeftijd of de participanten wel of niet woonachtig waren in Utrecht en het aantal jaren dat een participant in Utrecht woonachtig was (zie tabel 9). Uit de variantieanalyse bleek dat er geen significante verschillen zijn in de beoordelingen van de attitudeconstructen op basis van de leeftijd van de participanten. Uit een onafhankelijke t-toets bleek wel dat het aantal jaren dat een lezer woonachtig is in Utrecht, van invloed is op de affectieve reactie ($t(53) = 2.04, p = .046$). Hierbij beoordelen Utrechters die korter dan 10 jaar in Utrecht wonen het affectieve attitudeconstruct significant positiever ($M = 4.70, sd = 1.10$) dan Utrechters die langer dan 10 jaar in Utrecht wonen ($M = 4.05, sd = 1.23$). Utrechters die dus korter dan 10 jaar in Utrecht wonen, reageren emotioneel positiever op het narratieve wijkbericht in vergelijking met het wijkbericht zonder narratieve argumentatie dan Utrechters die langer dan 10 jaar in Utrecht wonen. Uit de overige onafhankelijke t-toetsen bleken geen significante verschillen aanwezig te zijn op basis van geslacht, opleiding of dat een participant wel of niet in Utrecht woonachtig was.

Tabel 9

De gemiddelde scores en standaarddeviaties van de affectieve, cognitieve en conatieve attitude uitgesplitst naar de demografische eigenschappen van de participanten.

Demografische gegevens		N	M + SD Affectieve attitude	M + SD Cognitieve attitude	M + SD Conatieve reactie
Geslacht	Man	29	4.50 (1.33)	4.06 (1.32)	4.07 (1.16)
	Vrouw	43	4.52 (1.00)	4.03 (1.20)	4.16 (1.05)
	Totaal	72	(t (70) = -0.06, p = .949)	(t (70) = 0.11, p = .910)	(t (70) = -0.34, p = .736)
Opleiding	HBO	15	4.69 (1.07)	4.25 (1.55)	4.08 (1.22)
	WO	33	4.32 (1.09)	3.78 (1.20)	4.10 (0.95)
	Totaal	48	(t (46) = 1.12, p = .268)	(t (46) = 1.17, p = .249)	(t (46) = -0.05, p = .958)
Woonachtig in Utrecht	Ja	55	4.45 (1.19)	4.02 (1.23)	4.10 (1.12)
	Nee	18	4.80 (0.99)	4.17 (1.29)	4.32 (1.11)
	Totaal	73	(t (71) = -1.13, p = .264)	(t (71) = -0.44, p = .661)	(t (71) = -0.74, p = .463)
Jaren woonachtig in Utrecht	< 10 jaar	34	4.70 (1.10)	4.19 (1.17)	4.24 (1.15)
	> 10 jaar	21	4.05 (1.23)	3.74 (1.31)	3.88 (1.06)
	Totaal	55	(t (53) = 2.04, p = .046)	(t (53) = 1.31, p = .195)	(t (53) = 1.16, p = .252)
Leeftijd	18-25	31	4.81 (1.02)	4.27 (1.13)	4.23 (1.08)
	26-35	18	4.41 (1.03)	3.82 (1.29)	3.79 (1.15)
	36+	24	4.28 (1.33)	3.95 (1.34)	4.08 (0.78)
	Totaal	73	(F (2, 70) = 1.58, p = .212)	(F (2, 70) = 0.88, p = .421)	(F (2, 70) = 2.01, p = .142)

5. Discussie

De verwachting in dit onderzoek was dat een wijkbericht met narratieve argumentatie de attitude van de lezers positiever zou beïnvloeden dan een wijkbericht zonder narratieve argumentatie. Om dit te meten zijn drie attitudeconstructen gemeten, namelijk; affectieve reactie, cognitieve reactie en conatieve reactie (Busselle & Bilandzic, 2008).

Uit de resultaten van dit onderzoek blijkt dat alleen de affectieve attitude een verbetering laat zien in het wijkbericht met narratieve argumentatie vergeleken met een wijkbericht zonder narratieve argumentatie. Deze bevinding is in lijn met het onderzoek van Hoeken (2009). Hoeken (2009) schetst met zijn onderzoek een kader voor de condities waaronder narratieve argumentatie de overtuigingskracht van een boodschap kan versterken om de attitude van lezers positief te beïnvloeden. Een tekst met narratieve argumentatie is volgens Hoeken (2009) alleen overtuigend als deze erin slaagt om relevante emoties op te roepen bij de lezers. Dit moeten bijvoorbeeld positieve emoties zijn zoals blijdschap en vreugde wanneer de zender de wenselijkheid van een maatregeling of situatie wil benadrukken (Hoeken, 2009). De positieve emoties die het narratief bij lezer oproept, leveren een bijdrage ter ondersteuning van een evaluatief standpunt, een standpunt dat betrekking heeft op de wenselijkheid of onwenselijkheid van een bepaalde situatie of maatregel. Als het narratief dus een positief gevoel oproept bij de lezer, dan zal de lezer eerder het voordeel van de twijfel geven en een maatregel eerder accepteren (Hoeken, 2009).

Het is echter de vraag of we met dit onderzoek daadwerkelijk dezelfde bevinding hebben gemeten zoals Hoeken (2009) in zijn onderzoek adviseert om te meten. Hoewel de resultaten van dit onderzoek een verbetering in de affectieve attitudereactie laat zien, blijkt dat de participanten de cognitieve- en de conatieve attitudereactie niet significant positiever beoordelen in het narratieve wijkbericht in vergelijking met wijkbericht zonder narratieve argumentatie. Hoewel de participanten dus positievere emoties uiten richting het narratieve wijkbericht vergeleken met het wijkbericht zonder narratieve argumentatie, is de algehele attitude van de participanten niet significant positief veranderd. De resultaten uit dit onderzoek zijn hiermee tegenstrijdig met de theorie uit het onderzoek van Hoeken (2009).

Een mogelijke verklaring voor deze tegenstrijdigheid kan zijn dat de lezers niet in voldoende mate werden getransporteerd met het narratief uit het wijkbericht. Een narratieve tekst kan volgens Green en Brock (2002) zorgen voor de mentale transportatie van de lezer van de 'werkelijke wereld' naar de 'wereld van het narratief'. Door deze transportatie naar de wereld van het narratief toont een lezer vaker begrip voor het personage uit het verhaal en kan de attitude van de lezer richting een stelling of maatregeling positief zijn aangepast zodra deze

weer terugkeert in de “werkelijke wereld” (Green & Brock, 2002). Deze redenering komt overeen met de theorie van Hoeken (2009). Hoeken (2009) stelt namelijk dat een narratief pas de ‘gewenste’ positieve emoties oproept bij een lezer wanneer deze zich kan identificeren met het personage uit het narratief en de keuzes goedkeurt die dit personage maakt in het narratief.

De lengte van de narratieve tekst uit het wijkbericht kan een mogelijke verklaring zijn waarom er geen transportatie heeft plaatsgevonden bij de lezers. Oorspronkelijk komt de theorie van Green en Brock (2000) rondom het transportatieproces namelijk voort uit onderzoek naar het persuasieve effect van verhalen uit boeken. Volgens Green en Brock (2000) is transportatie het resultaat wanneer een lezer zich volledig focust op de details en gebeurtenissen uit een narratief. Deze focus kost vervolgens cognitieve energie. Doordat de lezer cognitieve energie verloren heeft, verwerkt deze de argumenten in het narratief minder goed en zijn de lezers eerder overtuigd van het gepresenteerde standpunt uit de tekst (Green & Brock, 2000). Omdat het narratieve wijkbericht uit slechts 330 woorden bestond, is het aannemelijk dat een boek meer details over de wereld van het narratief bevat dan het narratieve wijkbericht. Een lezer zal zich dan ook gemakkelijker in de wereld van het narratief uit het boek kunnen verplaatsen, dan in de wereld van het narratieve wijkbericht. Een boek zal dan logischerwijs ook meer cognitieve energie bij een lezer opeisen dan het wijkbericht. Door de relatief korte tekst uit het narratieve wijkbericht kan het zijn dat de tekst te weinig details bevatte. Hierdoor is het mogelijk dat de lezers voldoende cognitieve energie overhielden om de argumenten uit de tekst kritisch te beoordelen, waardoor ze zich niet lieten overtuigen door het narratieve argument.

Om te bepalen of een narratief de ‘gewenste’ positieve emoties heeft losgemaakt bij de lezer is het van belang om te meten of er transportatie heeft plaatsgevonden bij de lezer. Om dit te meten, kan er gebruikgemaakt worden van transportatieschaalvragen (Appel, Gnambs, Richter & Green, 2015). Deze vragen meten in welke mate een lezer zich (emotioneel) kon inleven in het narratief en de betrokken personages (Appel et al., 2015). Aangezien deze vragen niet zijn opgenomen in de enquête van dit onderzoek, kunnen we niet met zekerheid zeggen of er tijdens dit onderzoek transportatie is ontstaan. We kunnen dus niet vaststellen of de positieve affectieve reactie is ontstaan doordat de lezers zich konden verplaatsen in de wereld van het narratief en zich vervolgens hierdoor hebben laten overtuigen van het standpunt uit het wijkbericht. De positieve affectieve attitudereactie moet wellicht dan ook niet gezien worden als een indicatie dat de lezers overtuigd zijn geraakt van het gepresenteerde standpunt in het narratief. Het is aannemelijker dat de positievere affectieve reactie eerder een indicatie is dat de lezers emotioneel positiever reageren op een narratieve tekst dan op een feitelijke/non-narratieve tekst.

Daarbij moet echter wel een kanttekening geplaatst worden. Met dit onderzoek kunnen we niet exact aanwijzen welke tekstelementen de lezers positief beoordelen en welke niet. Het narratief is opgesteld volgens de richtlijnen van Busselle en Bilandzic (2008). Zij stellen dat een narratieve tekst voor het persuasieve effect, levendige beelden moet oproepen bij de lezers. Daarnaast moeten de lezers zich kunnen identificeren met het personage uit het narratief en moet het narratief de gewenste emoties oproepen bij de lezers zoals blijdschap en vreugde. Deze manipulaties zijn in dit onderzoek niet afzonderlijk van elkaar beoordeeld door de participanten. Hierdoor kunnen we niet vaststellen welke manipulaties in het narratieve wijkbericht hebben gezorgd voor een toename in de affectieve reactie. We kunnen enkel stellen dat de lezers over het algemeen een positievere affectieve reactie uiten richting een wijkbericht met narratieve argumentatie in vergelijking met een wijkbericht zonder narratieve argumentatie. In dit onderzoek zijn er bijvoorbeeld enkel tekstuele elementen aan het wijkbericht toegevoegd zoals een naam en een leeftijd zodat de lezer zich kan identificeren met het personage uit het narratief. Het is echter de vraag of deze informatie voldoende was voor de lezers om zich te identificeren met het personage uit het narratief. Het kan bijvoorbeeld zijn dat de lezers meer details nodig hadden om zich daadwerkelijk met het personage te identificeren. In het geval van een kort narratief kan het dan ook nuttig zijn om een afbeelding toe te voegen. Het onderzoek van Guijarro (2011) toont namelijk aan dat een afbeelding een effectiever middel is om identificatie op te roepen bij de lezers dan tekst.

Tot slot, kan de afname van de enquête de validiteit van de data negatief beïnvloed hebben. Om genoeg respondenten te werven, is de enquête van dit onderzoek op twee manieren ingevuld. De enquête is door een deel van de participanten thuis ingevuld op hun computer of mobiel. Daarnaast zijn er willekeurig mensen in Utrecht benaderd met de vraag of ze de enquête wilden invullen. De participanten die benaderd zijn in de stad kregen beide wijkberichten te lezen op uitgeprint papier (in kleur) zodat zij de teksten gemakkelijk konden lezen. Vervolgens hebben zij de enquête ingevuld op mijn telefoon. Hierdoor zouden er twee ecologisch validiteitsproblemen⁴ ontstaan kunnen zijn. Aangezien⁴ Utrechters normaal gesproken een fysiek wijkbericht ontvangen, is de ecologische validiteit beter gewaarborgd voor de participanten die in de stad benaderd zijn dan voor de participanten die thuis online vanaf een scherm de wijkberichten hebben gelezen. Echter, aangezien ik zelf aanwezig was op het moment dat de participanten de enquête hebben ingevuld, neemt de ecologische validiteit ook weer af. Het is namelijk mogelijk dat de participanten anders gereageerd hebben op de vragen, vanwege de onnatuurlijke situatie en het gevoel dat ze een gewenst antwoord

⁴ Een experiment met een ecologische valide benadering vereist een methodologie die representatief is voor de gebeurtenissen en interacties die de doelgroep in de werkelijkheid ervaart (Araújo, Davids & Passos, 2007).

moesten geven. Voor beide situaties is de ecologische validiteit dus niet optimaal gewaarborgd.

6. Conclusie

Met dit onderzoek is getoetst of een wijkbericht met narratieve argumentatie de attitude van een lezer positiever beïnvloedt dan een wijkbericht zonder narratieve argumentatie. Voor dit onderzoek stond de volgende onderzoeksvraag centraal:

R1: Wat is het effect van een wijkbericht met narratieve argumentatie (argumenten verhoud in een verhaal), op de attitude van de Utrechtse inwoners ten opzichte van een wijkbericht zonder narratieve argumentatie?

Om dit te meten zijn er twee versies van een wijkbericht voorgelegd aan de participanten; een wijkbericht van de gemeente Utrecht zonder narratieve argumentatie en een herschreven wijkbericht met narratieve argumentatie (zie paragraaf 3.2). Naast deze manipulatie waren de wijkberichten identiek aan elkaar. Om een 'geschikt' wijkbericht uit het archief van de gemeente Utrecht te selecteren en om een nieuw wijkbericht op te stellen, zijn er zes interviews afgenomen met verschillende communicatiemedewerkers van de gemeente Utrecht. In deze wijkberichten kondigde de gemeente Utrecht een herinrichtingsplan voor een straat aan. Alle participanten hebben tijdens dit onderzoek beide wijkberichten gelezen. Vervolgens is de attitude van de lezer gemeten met een enquête. Daarna is bekeken of de lezers in een wijkbericht met – of een wijkbericht zonder narratieve argumentatie een voorkeur uiten voor een van de drie attitudeconstructen (affectieve-, cognitieve- en conatieve attitudereactie, Breckler, 1984). Tot slot is gekeken of de demografische eigenschappen van de participanten invloed hebben gehad op de beoordeling van de attitudeconstructen.

Het eerste attitudeconstruct dat getoetst is, is de affectieve attitude. Uit de resultaten van dit onderzoek blijkt dat de participanten dit attitudeconstruct significant positief beoordelen in een wijkbericht met narratieve argumentatie in vergelijking met een wijkbericht zonder narratieve argumentatie. De participanten reageren dus emotioneel positiever op een wijkbericht met narratieve argumentatie vergeleken met een wijkbericht zonder narratieve argumentatie. Daarbij blijkt dat lezers die korter dan 10 jaar in Utrecht wonen, emotioneel positiever reageren op het wijkbericht met narratieve argumentatie dan mensen die langer dan 10 jaar in Utrecht wonen. Op basis van deze bevinding kunnen we stellen dat H1 is bevestigd:

H1: een wijkbericht met narratieve argumentatie, leidt tot een positievere affectieve attitude vergeleken met een wijkbericht zonder narratieve argumentatie.

Het tweede attitudeconstruct dat getoetst is, is de cognitieve attitude. Uit de resultaten van dit onderzoek blijkt dat de participanten dit attitudeconstruct niet significant anders beoordelen in een wijkbericht met narratieve argumentatie in vergelijking met een wijkbericht zonder narratieve argumentatie. Het narratieve wijkbericht heeft de gedachten van de participanten rondom de herinrichtingsplannen dus niet positiever of negatiever beïnvloedt dan een wijkbericht zonder narratieve argumentatie. Op basis van deze bevinding is H2 niet bevestigd:

H2: een wijkbericht met narratieve argumentatie leidt tot een positievere cognitieve attitude vergeleken met een wijkbericht zonder narratieve argumentatie.

Het derde attitudeconstruct dat getoetst is, is de conatieve attitude. Uit de resultaten van dit onderzoek blijkt dat de participanten dit attitudeconstruct niet significant anders beoordelen in een wijkbericht met narratieve argumentatie in vergelijking met een wijkbericht zonder narratieve argumentatie. Het narratieve wijkbericht heeft de gedragsintenties van de participanten rondom de herinrichtingsplannen dus niet positiever of negatiever beïnvloedt dan een wijkbericht zonder narratieve argumentatie. Op basis van deze bevinding is H3 niet bevestigd:

H3: een wijkbericht met narratieve argumentatie leidt tot een positievere conatieve attitude vergeleken met een wijkbericht zonder narratieve argumentatie.

Op basis van de resultaten van dit onderzoek kunnen we het volgende stellen: een wijkbericht met narratieve argumentatie roept een positievere affectieve attitudereactie op bij de lezers vergeleken met een wijkbericht zonder narratieve argumentatie. De cognitieve- en conatieve attitude blijft echter gelijk in beide wijkberichten. Een narratief wijkbericht is dus niet in staat om de gedachten en gedragsintenties positiever te beïnvloeden dan een wijkbericht zonder narratieve argumentatie. Gezien deze resultaten kunnen we stellen dat lezers voornamelijk een positiever gevoel overhouden aan een wijkbericht met narratieve argumentatie vergeleken met een wijkbericht zonder narratieve argumentatie. Hierbij viel op dat Utrechters die korter dan 10 jaar in Utrecht wonen, positiever op het narratieve wijkbericht hebben gereageerd dan Utrechters die langer dan 10 jaar in Utrecht wonen. Daarbij blijkt uit de resultaten van dit onderzoek dat de participanten een wijkbericht zonder narratieve argumentatie over het algemeen beter beoordelen dan een wijkbericht met narratieve argumentatie. Aangezien we niet exact kunnen aanwijzen waarom de participanten het wijkbericht met narratieve argumentatie negatiever hebben beoordeeld dan het wijkbericht zonder narratieve argumentatie, is het verstandig om het huidige wijkbericht grotendeels gelijk te houden zoals deze nu is. Gezien de positieve emotionele reactie op narratieve argumentatie, kan deze argumentatievorm echter wel een belangrijke toevoeging zijn aan het huidige wijkbericht.

7. Advies

In dit laatste hoofdstuk is het advies voor de gemeente Utrecht te lezen op basis van de bevindingen uit dit onderzoek. Met dit onderzoek is getoetst of een wijkbericht van de gemeente Utrecht met narratieve argumentatie de attitude van een lezer positiever beïnvloedt dan een wijkbericht zonder narratieve argumentatie. Bij narratieve argumentatie zijn de argumenten uit de tekst verhuuld in een verhaalvorm. Omdat er behoefte was vanuit de inwoners dat de gemeente meer naar de 'stem' luistert van de inwoners (Duic, 2021), is dit verhaal verteld vanuit het perspectief van een Utrechtse inwoner.

Zoals vermeld in paragraaf 2.6, kan een lezer op drie verschillende manieren een attitudereactie uiten (Breckler, 1984). Ten eerste kan een lezer een emotionele reactie hebben op het verhaal in het wijkbericht oftewel een affectieve reactie. Ten tweede kan een lezer op een bepaalde manier gaan denken over het verhaal. Dit wordt de cognitieve reactie genoemd. Ten derde kan een lezer zijn/haar gedragsintenties aanpassen na het lezen van een verhaal. Dit wordt de conatieve reactie genoemd.

Het volgende hoofdstuk bekijkt per attitudereactie of narratieve argumentatie een negatief, neutraal of positief effect heeft gehad op de beoordeling van lezers. Tot slot presenteert dit hoofdstuk een advies dat bedoeld is om de wijkberichten van de gemeente zo effectief mogelijk op te stellen. Een wijkbericht is effectief opgesteld wanneer het de inwoners goed kan overtuigen van de herinrichtingsplannen. Voor dit doel is het van belang dat het wijkbericht de attitude van inwoners positief beïnvloedt ten opzichte van de plannen van de gemeente om een straat opnieuw in te richten (Hoeken, 2009).

7. 1 Affectieve reactie

Uit dit onderzoek blijkt dat lezers emotioneel positiever reageren op een wijkbericht met narratieve argumentatie vergeleken met wijkbericht zonder narratieve argumentatie. Om met de wijkberichten een positievere emotionele reactie op te roepen bij de Utrechtse lezers, wordt de gemeente Utrecht geadviseerd om in de wijkberichten gebruik te maken van narratieve argumentatie. Dit kan bijvoorbeeld door een quote of een kort verhaal van een inwoner toe te voegen aan het wijkbericht. Daarbij reageren lezers die korter dan 10 jaar in Utrecht wonen emotioneel positiever op het narratieve wijkbericht dan lezers die langer dan 10 jaar in Utrecht wonen. Deze argumentatievorm zal dus vooral in wijken met overwegend nieuwe inwoners effectief zijn om een positief gevoel op te roepen bij de lezers.

7. 2 Cognitieve reactie

Uit dit onderzoek blijkt dat lezers qua cognitieve attitudereactie niet anders reageren op een wijkbericht met narratieve argumentatie vergeleken met een wijkbericht zonder narratieve argumentatie. Lezers gaan dus niet positiever denken over de herinrichtingsplannen in een wijkbericht met narratieve argumentatie vergeleken met een wijkbericht zonder narratieve argumentatie. Aangezien de cognitieve reacties op de narratieve tekst onveranderd blijven, wordt de gemeente geadviseerd om de informatie in de wijkberichten op dezelfde manier te presenteren zoals de ze dit momenteel al doet. Typerend aan deze aanpak is de aanwezigheid van feitelijke argumentatie (zie paragraaf 2.5) en een begrijpelijke schrijfstijl op B1-niveau (zie paragraaf 3.2.1.1).

7.3 Conatieve reactie

Uit dit onderzoek blijkt dat lezers qua conatieve attitudereactie niet anders reageren op een wijkbericht met narratieve argumentatie vergeleken met een non-narratief wijkbericht. De lezers passen hun gedragsintenties dus niet positiever aan in een wijkbericht met narratieve argumentatie vergeleken met een wijkbericht zonder narratieve argumentatie. Het huidige wijkbericht hoeft dus niet aangepast te worden om een positievere gedragsintenties bij de lezers op te roepen.

7.4 Eindoordeel

Hoewel een wijkbericht met narratieve argumentatie zorgt voor een positiever gevoel bij de lezers vergeleken met het huidige wijkbericht, is het narratieve wijkbericht niet in staat geweest om de gedachten en gedragsintenties van de lezers positiever te beïnvloeden dan in een wijkbericht zonder narratieve argumentatie. Daarbij geven de participanten het huidige wijkbericht van de gemeente met feitelijke argumentatie een hoger algemeen beoordelingscijfer (7.3) dan een wijkbericht met narratieve argumentatie (6.7). Een narratief wijkbericht blijkt dus niet de ideale manier te zijn om lezers te informeren en te overtuigen van de herinrichtingsplannen. Aangezien dit belangrijke communicatieve doelen van de wijkberichten zijn, wordt de gemeente geadviseerd om de inwoners op dezelfde wijze te informeren zoals zij dit momenteel in de huidige wijkberichten doet. Kenmerkend aan het huidige wijkbericht is het gebruik van feitelijke argumentatie en de heldere taal op B1-niveau (zie paragraaf 2.5 en paragraaf 3.2.1.1).

Het is echter niet onbelangrijk om stil te staan bij het feit dat het narratieve wijkbericht een positiever gevoel oproept bij de inwoners dan een non-narratief wijkbericht. De toegenomen affectieve attitudereactie kan namelijk een belangrijke verbetering zijn van het wijkbericht en

gunstige gevolgen hebben voor de organisatie. Zo zorgt een positievere emotionele reactie op een bericht ervoor dat lezers zich meer betrokken voelen bij de organisatie (Franzak, Makarem, & Jae, 2014). Daarnaast toont het reclameonderzoek van Batra en Ray (1986) aan dat lezers een positief gevoel uiten richting een bericht (bijvoorbeeld een wijkbericht) en (in kleine mate) richting de afzender/ een organisatie als dit wijkbericht een positief gevoel bij hen oproept. Aangezien een wijkbericht met narratieve argumentatie voor een positieve emotionele reactie zorgt, kan dit narratieve element een belangrijke toevoeging zijn aan het huidige wijkbericht. Met het actieprogramma 'Samen stad maken' heeft de gemeente Utrecht namelijk als doel gesteld om een duurzame relatie met de Utrechters op te bouwen en te versterken (Gemeente Utrecht, z.d.-b). Om deze duurzame relatie op te bouwen en te versterken is het belangrijk dat inwoners zich betrokken voelen en zich positief verhouden tegenover de organisatie. De gemeente Utrecht stelt ook op zoek te zijn naar richtlijnen voor de houding en gedrag van de gemeente zelf (ambtenaren, wethouders en raadsleden) om deze relatie tussen de organisatie en de inwoners te versterken (Gemeente Utrecht, z.d.-b). Dit onderzoek biedt een belangrijke richtlijn om de houding en gedrag van de gemeente te verbeteren om de relatie tussen de organisatie en de inwoners te versterken.

Dit onderzoek toont aan dat lezers emotioneel positief reageren op een wijkbericht waarin een inwoner zijn/ haar verhaal deelt. Oftewel wanneer 'de stem' van een inwoner betrokken is in de communicatie van de gemeente. Om de relatie tussen de gemeente en de inwoners te versterken is daarom het advies om een gedeelte in de wijkberichten te reserveren. Op de gereserveerde plek kan bijvoorbeeld een quote of een kort verhaal van een wijkbewoner toegevoegd worden. Door een quote of kort verhaal toe te voegen aan het wijkbericht, wordt de maatregel rondom de herinrichtingsplannen niet alleen vanuit het perspectief van de gemeente gecommuniceerd maar ook vanuit het perspectief van de inwoners. Daarnaast laat de gemeente op deze manier zien dat ze in gesprek is geweest met de inwoners en wat er uit deze gesprekken is voortgekomen.

Om de emotionele reactie van de lezers nog meer te versterken kan het interessant zijn voor de gemeente Utrecht om een afbeelding van een inwoner toe te voegen aan het wijkbericht. Een afbeelding zorgt er namelijk voor dat lezers zich eerder identificeren met het personage uit het narratief (Guijarro, 2011). Daarbij toont het onderzoek van Van Kleef, Van den Berg en Heerdink (2015) aan dat een foto waarop iemand te zien is die een positieve emotie uit (bijvoorbeeld blijdschap door te glimlachen), de emotionele reactie van een ontvanger (bijvoorbeeld een lezer) positief kan beïnvloeden. Vervolgonderzoek moet aantonen of de toevoeging van een foto met hierop een positieve wijkbewoner daadwerkelijk een positief effect heeft op de emotionele reactie van de Utrechters.

Narratieve taalelementen die deze quotes of korte verhalen moeten bevatten zijn onder andere:

1. **Identificatie:** details over het personage van de quote of verhaal zodat de lezer zichzelf kan herkennen. Dit kan eventueel bereikt worden door een foto toe te voegen van een inwoner (Guijarro, 2011).
2. **Levendige beelden:** details over de leefomgeving van het personage uit de quote of narratief (Busselle & Bilandzic, 2008).
3. **Emoties:** voeg het sentiment toe dat heerst in de wijk (Busselle & Bilandzic, 2008).
4. **Geloofwaardige argumenten:** verkondig niet alleen positieve argumenten in het narratief maar voeg ook wat (milde) negatieve argumenten toe (Schlosser, 2011). Dit vergroot de geloofwaardigheid van de quote of narratief (Crowley & Hoyer, 1994).

Het voorbeeld hieronder (19) geeft een impressie hoe een quote of narratief in het wijkbericht eruit zou kunnen zien.

(19)



*“Het duurt even, maar dan heb je ook wat (**geloofwaardige argumenten**). Door de straat herin te richten is er ineens ruimte voor bankjes, bomen en een nieuw wandelpad (**levendige beelden**). Ik kan niet wachten om zo meteen gezellig met mijn burens in de zon te zitten (**emoties**).”*

*Eefje (29) (**identificatie**)*

Concluderend, de gemeente wordt geadviseerd om authentieke verhalen op te halen bij de inwoners van de stad om deze vervolgens toe te voegen aan de wijkberichten. Deze verhalen kunnen een nuttige toevoeging zijn omdat dit een positieve emotionele reactie bij lezers oproept. Een goed moment om deze verhalen op te halen is tijdens een van de participatiemomenten. Tijdens dit soort momenten is de organisatie namelijk direct in gesprek met de inwoners over de herinrichting van een straat of wijk.

De organisatie moet dan wel anders kijken naar de communicatie met de inwoners en hun stem/verhaal meer meenemen in de communicatie over de geplande maatregelen en besluiten. Door de inwoners meer een stem te geven en gebruik te maken van narratieve argumentatie in de communicatie rondom de herinrichtingsplannen, worden de wijkberichten emotioneel positiever ontvangen door de lezers. Hierdoor ontstaat de kans dat de inwoners zich meer betrokken voelen bij de organisatie (Franzak et al., 2014) en zich positiever tegenover de boodschap en de organisatie gaan verhouden (Batra & Ray, 1986). Deze extra betrokkenheid en positieve houding tegenover de organisatie kan uiteindelijk bevorderlijk zijn voor de duurzame relatie die de organisatie nastreeft met de inwoners (Gemeente Utrecht, z.d.-b). Voordat de gemeente Utrecht dus de attitude van de inwoners positief wil veranderen, moet zij eerst haar eigen attitude rondom de communicatie met de inwoners veranderen. Zoals vaak het geval is, begint echte verandering bij de persoon zelf. Dit geldt in dit geval ook voor de gemeente Utrecht.

Literatuurlijst

- ANWB. (z.d.). *Alles over uitstoot - ANWB*. Geraadpleegd op 8 januari 2024, van <https://www.anwb.nl/auto/nieuws-en-tips/alles-over-uitstoot>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Araújo, D., Davids, K., & Passos, P. (2007). Ecological validity, representative design, and correspondence between experimental task constraints and behavioral setting: comment on Rogers, Kadar, and Costall (2005). *Ecological Psychology*, 19(1), 69–78. <https://doi.org/10.1080/10407410709336951>
- Batra, R., & Ray, M. L. (1986). Affective responses mediating acceptance of advertising. *Journal of Consumer Research*, 13(2), 234-249. <https://doi.org/10.1086/209063>
- Berman, R.A., & Katzenberger, I. (2004). Form and function in introducing narrative and expository text: A developmental perspective. *Discourse Processes*, 38(1), 57-94. https://doi.org/10.1207/s15326950dp3801_3
- Bilandzic, H., & Busselle, R. (2013). Narrative persuasion. In J. P. Dillard & L. Shen (Eds.), *The SAGE handbook of persuasion: Developments in theory and practice* (2nd ed., pp. 200-219). SAGE Publications.
- Bowers, J.W. (1963). Language intensity, social introversion, and attitude change. *Speech Monographs*, 30(4), 345-352, DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/03637756309375380>.
- Breckler, S. J. (1984). Empirical validation of affect, behavior, and cognition as distinct components of attitude. *Journal of personality and social psychology*, 47(6), 1191-1205.
- Bullock, O. M., Shulman, H. C., & Huskey, R. (2021). Narratives are persuasive because they are easier to understand: examining processing fluency as a mechanism of narrative persuasion. *Frontiers in Communication*, 1-12.
- Busselle, R., & Bilandzic, H. (2008). Fictionality and perceived realism in experiencing stories: A model of narrative comprehension and engagement. *Communication theory*, 18(2), 255-280.
- Catenaccio, P., Cotter, C., De Smedt, M., Garzone, G. E., Jacobs, G., Macgilchrist, F., Lams, L., Perrin, D., Richardson, J., Van Hout, T., & Van Praet, E. (2010). Towards a linguistics of news production. *Journal of Pragmatics*, 43(7), 1843–1852. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2010.09.022>
- 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. <https://doi.org/10.1080/10810730.2016.1177147>

- 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.
- Chang, C. (2009). "Being Hooked" by Editorial Content: The Implications for Processing Narrative advertising. *Journal of Advertising*, 38(1), 21–34.
<https://doi.org/10.2753/joa0091-3367380102>
- Charness, G., Gneezy, U., & Kuhn, M. A. (2012). Experimental methods: between-subject and within-subject design. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 81(1), 1–8.
<https://doi.org/10.1016/j.jebo.2011.08.009>
- Christy, K. R. (2017). I, you, or he: Examining the Impact of point of view on Narrative Persuasion. *Media Psychology*, 21(4), 700–718.
<https://doi.org/10.1080/15213269.2017.1400443>
- Csikszentmihalyi, M. (1990). Optimal Experience. In R. E. Robinson (Eds.), *Flow: The psychology of optimal experience* (1st ed., pp. 1-3). Harper & Row.
- Crowley, A. W., & Hoyer, W. D. (1994). An integrative framework for understanding two-sided persuasion. *Journal of Consumer Research*, 20, 561–574.
- Duic. (2021, 4 januari). *Groep omwonenden niet blij met plan herinrichting Weerdsingel*. Geraadpleegd op 10 oktober 2023, van
<https://www.duic.nl/algemeen/groep-omwonenden-niet-blij-met-plan-herinrichting-weerdsingel/>
- Dörnyei, Z., & Csizér, K. (2012). How to design and analyze surveys in second language acquisition research. *Research methods in second language acquisition: A practical guide*, 1, 74-94.
- Ellis, A. (1991). The revised ABC's of rational-emotive therapy (RET). *Journal of rational-emotive and cognitive-behavior therapy*, 9(3), 139-172.
- Escalas, Jennifer E. (1998), "Advertising Narratives: What Are They and How Do They Work?" in *Representing Consumers: Voices, Views, and Visions*, Barbara Stern, ed., New York: Routledge & Kegan Paul, 267–289.
- Escalas, J. E., Moore, M. C., & Britton, J. E. (2004). Fishing for feelings? Hooking viewers helps!. *Journal of Consumer Psychology*, 14(1-2), 105-114.
- Franzak, F. J., Makarem, S. C., & Jae, H. (2014). Design benefits, emotional responses, and brand engagement. *Journal of Product & Brand Management*, 23(1), 16–23.
<https://doi.org/10.1108/jpbm-07-2013-0350>
- Gemeente Utrecht. (z.d.-a). *Beleid voor Kwaliteit openbare ruimte | Gemeente Utrecht - Omgevingsvisie*. omgevingsvisie.utrecht.nl. Geraadpleegd op 7 januari 2024, van
<https://omgevingsvisie.utrecht.nl/thematisch-beleid/openbare-ruimte/>

Gemeente Utrecht. (z.d.-b). *Communicatie over bouwwerkzaamheden | Gemeente Utrecht*. Geraadpleegd op 28 december 2023, van <https://www.utrecht.nl/ondernemen/vergunningen-en-regels/toolbox-bouwhinder/communicatie-belanghebbenden/>

Gemeente Utrecht. (z.d.-c). *Participatiebeleid | Gemeente Utrecht*. <https://www.utrecht.nl/bestuur-en-organisatie/beleid/participatiebeleid/>

Gemeente Utrecht. (z.d.-d). *Wijkberichten | Gemeente Utrecht - Wijkberichten*. Wijkberichten. <https://wijkberichten.utrecht.nl/>

Gemeente Utrecht. (2021a, oktober). *Herinrichting Burgemeester Reigerstraat* [Wijkbericht]. <https://depot03.archiefweb.eu/archives/archiefweb/0/https://wijkberichten.utrecht.nl/wijkberichten/2021-sep-dec/2021-11-wijkbericht-herinrichting-burgemeester-reigerstraat.pdf>

Gemeente Utrecht. (2021b). *Impressie-westerkade-eindfase-2021*. Utrecht.nl. <https://www.utrecht.nl/wonen-en-leven/verkeer/verkeersprojecten/ooster-en-westerkade-opnieuw-inrichten/>

Gemeente Utrecht. (2021c). Mobiliteitsplan 2040: Jouw straat en onze stad gezond, aantrekkelijk en bereikbaar voor iedereen. In *utrecht.nl/ mobiliteitsplan2040*. Geraadpleegd op 10 september 2023, van <https://omgevingsvisie.utrecht.nl/fileadmin/uploads/documenten/zz-omgevingsvisie/thematisch-beleid/verkeer-mobiliteit/2021-07-mobiliteitsplan-2040.pdf>

Gemeente Utrecht. (2023a). *Bouwprojecten | gemeente Utrecht*. Omgevingsvisie Utrecht. Geraadpleegd op 11 november 2023, van <https://www.utrecht.nl/wonen-en-leven/bouwprojecten-en-stedelijke-ontwikkeling/bouwprojecten/>

Gemeente Utrecht. (2023b). *Organisatiestructuur - werken bij de gemeente Utrecht*. Werken bij de Gemeente Utrecht. Geraadpleegd op 10 september 2023, van <https://www.werkenbijutrecht.nl/over-ons/onze-organisatie/organisatiestructuur/>

Gemeente Utrecht. (2023c). *Tuinwijkroute: Herinrichten | Gemeente Utrecht*. Geraadpleegd op 3 januari 2024, van <https://www.utrecht.nl/wonen-en-leven/verkeer/tuinwijkroute-herinrichten/>

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. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.79.5.701>

Green, M. C., & Brock, T. C. (2002). In the mind's eye: Transportation-imagery model of narrative persuasion. In T. C. Brock, J. J. Strange & M. C. Green (Eds.), *Narrative impact: Social and cognitive foundations* (pp. 315-341). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

- Guijarro, A. J. M. (2011). Engaging readers through language and pictures. a case study. *Journal of Pragmatics*, 43(12), 2982–2991. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2011.05.012>
- Hauser, D., Ellsworth, P. C., & Gonzalez, R. (2018). Are manipulation checks necessary? *Frontiers in Psychology*, 1-10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00998>
- Hoeken, H. (2009). Narratieve evidentie, levendigheid en overtuigingskracht. *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, 31(3), 169-184.
- 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.
- Hustinx, L., & De Wit, E. (2012). Kunnen levendige getuigenissen je achter de tralies doen belanden? - Een experimenteel onderzoek naar het effect van levendig taalgebruik op oordelen over schuld bij leken en 'experts'. *Tijdschrift voor taalbeheersing*, 34(3), 213–228. <https://doi.org/10.5117/tvt2012.3.kunn430>
- Lee, A. (1994). Electronic Mail as a Medium for Rich Communication: An Empirical Investigation using Hermeneutic interpretation. *Management Information Systems Quarterly*, 18(2), 13-21. <https://doi.org/10.2307/249762>
- Lerner, M. J. (2003). The justice motive: Where social psychologists found it, how they lost it, and why they may not find it again. *Personality and Social Psychology Review*, 7, 388-399
- Liebrecht, C. (2015). *Intens krachtig: Stilistische Intensiveerders in Evaluatieve Teksten*. [Doctoraal proefschrift, Radboud University Nijmegen]. Radboud Repository. <https://repository.ubn.ru.nl/bitstream/handle/2066/141116/141116.pdf>
- Mayer, R. E., Fennell, S., Farmer, L., & Campbell, J. (2004). A personalization effect in multimedia learning: students learn better when words are in conversational style rather than formal style. *Journal of Educational Psychology*, 96(2), 389–395. <https://doi.org/10.1037/0022-0663.96.2.389>
- McCrudden, M. T., Schraw, G., & Hartley, K. (2006). The effect of general relevance instructions on shallow and deeper learning and reading time. *The Journal of Experimental Education*, 74(4), 291–310. <https://doi.org/10.3200/jexe.74.4.291-310>
- Ministerie van Algemene Zaken. (2023, 3 mei). *Taalniveau B1*. Rijkswebsites | CommunicatieRijk. Geraadpleegd op 10 december 2023, van <https://www.communicatierijk.nl/vakkennis/rijkswebsites/aanbevolen-richtlijnen/taalniveau-b1>
- Nabi, R. L., & Krcmar, M. (2004). Conceptualizing media enjoyment as attitude: Implications for mass media effects research. *Communication theory*, 14(4), 288-310.

- Nisbett, R., & Ross, L. (1980). *Human inference: Strategies and shortcomings of social judgment*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Overheid. (z.d.). *Wie vormen de overheid?* MijnOverheid. Geraadpleegd op 20 september 2023, van <https://www.overheid.nl/wie-vormen-de-overheid>
- Oppenheimer, D. M., Meyvis, T., & Davidenko, N. (2009). Instructional manipulation checks: detecting satisficing to increase statistical power. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45(4), 867–872. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2009.03.009>
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and Persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. New York: Springer.
- Raedts, M., & Dupré, N. (2015). De doeltreffendheid van een Italiaanse versus Nederlandse slagzin in een Italiaanse wijnreclame. *Dutch journal of applied linguistics*, 4(1), 39–57. <https://doi.org/10.1075/dujal.4.1.04rae>
- Raney, A. R. (2006). The psychology of disposition-based theories of media-enjoyment. Attribution and entertainment: It's not who dunnit, it's why. In J. Bryant & P. Vorderer (Eds.), *Psychology of Entertainment* (pp. 137-150). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- RTVUtrecht. (2023, 11 oktober). Wensen bewoners genegeerd: Utrecht wil wél asfalt en géén rotonde Weerdsingel oostzijde. *RTV Utrecht*. Geraadpleegd op 10 november 2023, van <https://www.rtvutrecht.nl/nieuws/3644444/wensen-bewoners-genegeerd-utrecht-wil-wel-asfalt-en-geen-rotonde-weerdsingel-oostzijde>
- Sanders, J., & Krieken, K. (2008). Narratieve analyse. In J. Karreman & R. van Enschoot (Eds.), *Tekstanalyse Methode en toepassingen* (5e ed., pp. 216-256). Koninklijke Van Gorcum.
- Schellens, P. J., & Schuurs, U. (2016). Argumentatie-analytische begrippen in het Centraal Examen Nederlands. *Tijdschrift voor taalbeheersing*, 38(3), 235–262. <https://doi.org/10.5117/tvt2016.3.sche>
- Schlosser, A. E. (2011). Can including pros and cons increase the helpfulness and persuasiveness of online reviews? The interactive effects of ratings and arguments. *Journal of Consumer Psychology*, 21, 226-239.
- Slater, M. D., & Rouner, D. (2002). Entertainment—education and elaboration likelihood: Understanding the processing of narrative persuasion. *Communication theory*, 12(2), 173-191.
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's Alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53–55. <https://doi.org/10.5116/ijme.4dfb.8dfd>
- Taaladvies. (2021, 12 mei). *Helder/ duidelijk*. Taaladvies.net. Geraadpleegd op 11 januari 2024, van <https://taaladvies.net/helder-of-duidelijk/#:~:text=Helder%20en%20duidelijk%20zijn%20in,%2C%20goed%20te%20onderscheiden%20hebben.>

- Universiteit Utrecht. (2022). *Reglement Facultaire Ethische Toetsingscommissie Geesteswetenschappen (FETC-GW) Universiteit Utrecht*. Geraadpleegd op 10 november 2023, van <https://fetc-gw.wp.hum.uu.nl/wp-content/uploads/sites/336/2022/10/Reglement-FETC-GW-NL-20221010.pdf>
- UtrechtOnderweg. (z.d.). *Utrechtonderweg*. Instagram.com. Geraadpleegd op 10 september 2023, van <https://www.instagram.com/utrechtonderweg/>
- Van Buren, J. (2023, april 28). *Wat is ChatGPT en hoe gebruik je het?* IT Synergy. Geraadpleegd op 10 december 2023, van <https://itsynergy.nl/academy/blog/wat-is-chatgpt-en-hoe-gebruik-je-het/>
- Van Kleef, G. A., Van Den Berg, H., & Heerdink, M. W. (2015). The persuasive power of emotions: Effects of emotional expressions on attitude formation and change. *Journal of Applied Psychology, 100*(4), 1124–1142. <https://doi.org/10.1037/apl0000003>
- Van de Vusse, P. (2019, 18 november). *Besluitvorming over herinrichting Maliebaan weer uitgesteld*. AD.nl. Geraadpleegd op 10 november 2023, van <https://www.ad.nl/utrecht/besluitvorming-over-herinrichting-maliebaan-weer-uitgesteld~a388021a/>

Bijlage A: Wijkbericht A

Uitvoering herinrichting Hazelaarlaan

De komende periode verbeteren we de Hazelaarlaan. We richten de straat zo in dat het prettiger wordt om er te wonen, winkelen en verblijven. Daarnaast verbeteren we de doorgaande route voor fietsers. Op 5 februari 2024 starten de werkzaamheden. In dit bericht leest u wat dit voor u betekent.

Praktische informatie



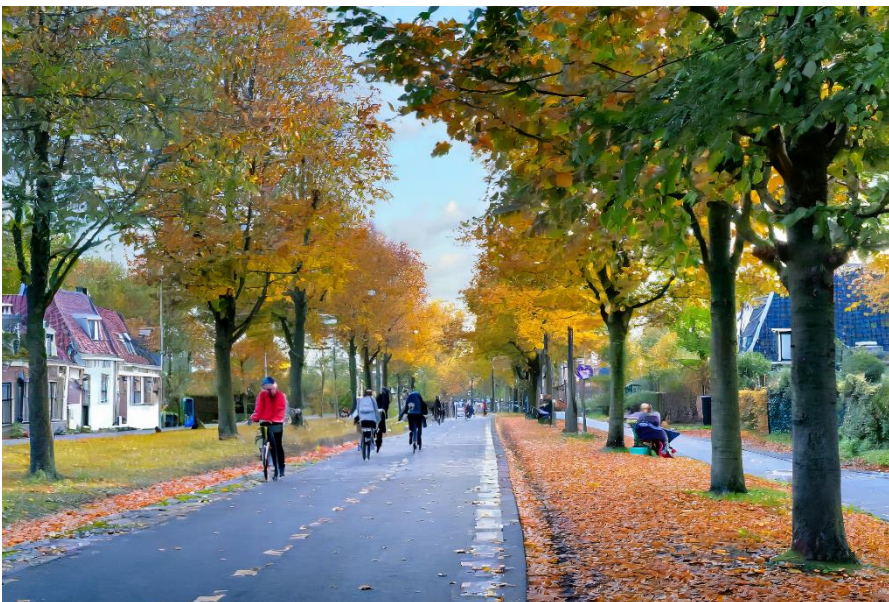
Wat: herinrichting Hazelaarlaan

Start werkzaamheden: 5 februari 2024

Geschatte einddatum werkzaamheden: mei 2024

Overlast? Meld het in de Bouwapp

QR-code: Scan de QR-code om op de hoogte te blijven van de werkzaamheden via www.utrecht.nl/Hazelaarlaan



Impressiebeeld van de Hazelaarlaan

Waarom doen we dit?

Bewoners hebben eerder zelf aangegeven dat ze op de Hazelaarlaan een maximumsnelheid van 30 kilometer per uur willen. Deze kans pakken we aan om de straat een nieuwe inrichting te geven. Van de huidige autoweg maken we een fietsstraat waar de auto te gast is. Op deze straat is de maximale snelheid 30 kilometer per uur en delen fietsers en automobilisten dezelfde weg. Van het huidige fietspad maken we een wandelpad om meer ruimte te bieden voor recreatie in de wijk.

We doen dit niet alleen voor de bewoners, maar ook voor de mensen die hier werken, winkelen, naar school gaan of door het gebied reizen. We willen graag dat iedereen gezond, prettig en veilig kan reizen door Utrecht, nu en in de toekomst. We geven daarom voorrang aan schone manieren van vervoer die weinig ruimte innemen: lopen, fietsen, openbaar vervoer en deelfervoer. Op verschillende plekken in de stad passen we straten en pleinen aan. Dat willen we dus ook doen op voor de Hazelaarlaan.

Bijlage B: Wijkbericht B (narratief wijkbericht)

Uitvoering herinrichting Hazelaarlaan

De komende periode verbeteren we de Hazelaarlaan. We richten de straat zo in dat het prettiger wordt om er te wonen, winkelen en verblijven. Daarnaast verbeteren we de doorgaande route voor fietsers. Op 5 februari 2024 starten de werkzaamheden. In dit bericht leest u wat dit voor u betekent.

Praktische informatie



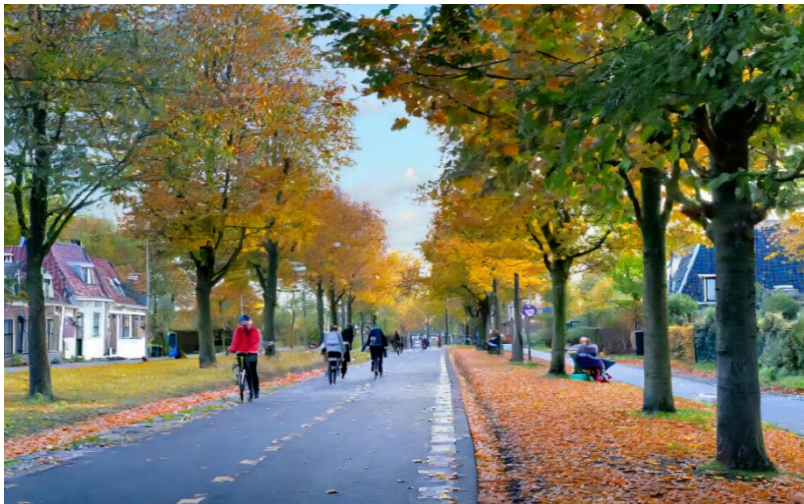
Wat: herinrichting Hazelaarlaan

Start werkzaamheden: 5 februari 2024

Geschatte einddatum werkzaamheden: mei 2024

Overlast? Meld het in de Bouwapp

QR-code: Scan de QR-code om op de hoogte te blijven van de werkzaamheden via ww.utrecht.nl/Hazelaarlaan



Impressiebeeld van de Hazelaarlaan

Het verhaal uit de wijk

Dit is het verhaal van Eefje Schippers (48), buurtbewoner van de Hazelaarlaan. In dit verhaal beschrijft ze waarom we de herinrichting doen:

“Vorig jaar lag er een uitnodiging op mijn mat van de gemeente Utrecht om bij een participatieavond mee te denken over de herinrichting van de Hazelaarlaan. Ik was blij met deze uitnodiging omdat mijn burens en ik bezorgd waren hoe onze gezellige Utrechtse straat steeds meer op een racebaan begon te lijken.

Iedereen kon deze avond suggesties inbrengen om de straat te verbeteren. Door het open gesprek tussen de buurtbewoners en de gemeente ontstond deze avond het plan om de Hazelaarlaan om te toveren tot een fietsstraat. Op zo'n straat is de maximale snelheid 30 kilometer per uur en delen fietsers en automobilisten dezelfde weg. Ik was erg blij met dit plan. Door de straat herin te richten was er ineens ruimte voor bankjes, bomen en een nieuw wandelpad. Dit maakt de straat niet alleen veiliger, maar ook nog gezonder om in te leven!

Helaas gaat er altijd veel tijd overheen voordat dit soort plannen klaar zijn en zullen de wegwerkzaamheden voor flink wat overlast gaan zorgen. Toch denk ik dat ik hier wel mee kan leven als ik de plannen voor straat en de stad Utrecht lees. Ik kan niet wachten om zo meteen gemakkelijk naar de supermarkt te lopen en gezellig met mijn burens buiten in de zon te zitten.”

Bijlage C – Vragenlijst

Inleiding				
<p>Beste deelnemer,</p> <p>Fijn dat u meewerkt aan dit onderzoek!</p> <p>De gemeente Utrecht doet in samenwerking met Universiteit Utrecht onderzoek naar wijkberichten. U krijgt tijdens deze vragenlijst twee korten wijkberichten te lezen. Daarna zullen we u daarover vervolgens een aantal vragen stellen. Er zijn geen goede of foute antwoorden. We zijn enkel geïnteresseerd in uw mening. We raden u aan de vragenlijst in te vullen achter de computer of tablet. In de wijkberichten die u zo dadelijk te lezen krijgt, kondigt de gemeente wegwerkzaamheden aan voor een herinrichtingen van een straat. Het invullen van de vragenlijst neemt ongeveer 5 tot 7 minuten in beslag. De antwoorden worden anoniem verwerkt en zullen enkel gebruikt worden voor onderzoeksdoeleinden. Alvast heel erg bedankt voor uw deelname.</p> <p>Met vriendelijke groet,</p> <p>Kjeld Melchers In dienst van: Gemeente Utrecht, Afdeling Communicatie Mobiliteit & Universiteit Utrecht, Faculteit Geesteswetenschappen Master Communicatie en Organisatie</p> <p>U kunt naar de vragen gaan door op accepteren te klikken. Hiermee stemt u tevens in dat uw antwoorden gebruikt kunnen worden voor academische doeleinden.</p>				
Het wijkbericht				
<p>Op de volgende pagina krijgt u een twee verschillende versies van een verkort wijkbericht te lezen. Lees beide berichten 2x aandachtig door, want daarna krijgt u er een aantal vragen over. Na minimaal 60 seconden leestijd kunt u doorklikken naar de vragen.</p> <p>Klik op "<u>begrepen</u>" om de wijkberichten te lezen</p>				
Manipulatiecheck				
1	Van wie is het wijkbericht afkomstig?	A: De Gemeente Utrecht	B: De inwoners van de Hazelaarlan	C: De aannemer van het bouwproject
2	Voor wie is deze brief bedoeld?	A: De inwoners van de Hazelaarlan	B: De gemeente Utrecht	C: De aannemer van het bouwproject

3	Welk cijfer geef je wijkbericht A?	1	10-puntsschaal	10
4	Welk cijfer geef je wijkbericht B?	1	10-puntsschaal	10
Affectieve reactie				
5	Ik vind tekst B vergeleken met zin A...	Helemaal niet leuk	7-puntsschaal	Veel Leuk
6	Ik vind tekst B vergeleken met zin A...	Erg saai	7-puntsschaal	Erg Boeiend
7	Ik vind tekst B vergeleken met zin A...	Erg slecht	7-puntsschaal	Erg goed
8	Ik vind tekst B origineel vergeleken met tekst A	Helemaal oneens	7-puntsschaal	Helemaal eens
9	Ik voel mij minder persoonlijk aangesproken als ik tekst B lees vergeleken met tekst A (omgepooled)	Helemaal oneens	7-puntsschaal	Helemaal eens
Cognitieve reactie				
10	Ik vind tekst B vergeleken met zin A...	Erg moeilijk te begrijpen	7-puntsschaal	Erg makkelijk te begrijpen
11	Ik vind tekst B vergeleken met zin A...	Erg slecht te onthouden	7-puntsschaal	Erg goed te onthouden
12	Ik vind tekst B vergeleken met zin A...	Erg onduidelijk	7-puntsschaal	Erg duidelijk
13	Als ik tekst B lees, dan begrijp ik minder goed waarom de gemeente de herinrichting gaat uitvoeren dan in tekst A (omgepooled)	Helemaal oneens	7-puntsschaal	Helemaal eens
14	Tekst B is overtuigender dan tekst A	Helemaal oneens	7-puntsschaal	Helemaal eens
Conatieve reactie				
15	Ik vind tekst B vergeleken met zin A...	Helemaal niet acceptabel	7-puntsschaal	Helemaal acceptabel
15	Ik vind tekst B vergeleken met zin A...	Volledig onaanvaardbaar	7-puntsschaal	Volledig aanvaardbaar
16	Ik zou de herinrichting van de straat in tekst B vergeleken met zin A...	Steunen niet steunen	7-puntsschaal	Helemaal steunen
17	Ik zou minder snel een klacht indienen over de wegwerkzaamheden na het	Helemaal oneens	7-puntsschaal	Helemaal eens

	lezen van tekst B vergeleken met tekst A.			
18	Ik zou eerder bezwaar maken van de wegwerkzaamheden na het lezen van tekst B vergeleken met tekst A.	Helemaal oneens	7-puntsschaal	Helemaal eens
19	Woont u in Utrecht?	Ja/ Nee		
20	Hoelang woont u al in Utrecht?	Minder dan een jaar/ 1 tot 5 jaar/ 5 tot 10 jaar/ meer dan 10 jaar.		
20	Wat is uw leeftijd?			
21	Hoe identificeert u zich?	Man/ Vrouw/ Anders/ Zeg ik liever niet		
22	Wat is uw hoogst genoten opleiding?	Basisschool/ Middelbare school/ MBO/ HBO/ WO		
<p>Let op: het wijkbericht dat u gelezen hebt, is verzonnen. De Hazelaarlaan bestaat niet. Deze wegwerkzaamheden gaan dus niet werkelijk plaatsvinden. Ook is de afbeelding in het wijkbericht fictief gemaakt. Dit is het einde van de vragenlijst. Hartelijk dank voor uw deelname!</p>				

Bijlage D Consentformulier

" HET VERHAAL WAARMEE DE GEMEENTE UTRECHT OP WEG GING NAAR EEN GROENE TOEKOMST"

Het doel van dit onderzoek is om te achterhalen of persuasieve argumentatie (argumenten verhuld in een verhaal) in de wijkberichten over de geplande wegwerkzaamheden de attitude van de Utrechtse wijkbewoners positief kan beïnvloeden. Om zelf een wijkbericht op te stellen en om meer inzicht te krijgen hoe persuasieve argumentatie in de praktijk wordt toegepast, ben ik benieuwd naar uw inzichten en kennis rondom de wijkberichten en hoe u deze in de praktijk opstelt.

Ik verklaar hierbij op voor mij duidelijke wijze te zijn ingelicht over de aard en methode van het onderzoek voor de scriptie, zoals uiteengezet op het bijgevoegde informatieblad. Mijn vragen zijn naar tevredenheid beantwoord.

Ik stem geheel vrijwillig in met deelname aan dit onderzoek. Ik behoud daarbij het recht deze instemming weer in te trekken, zonder dat ik daarvoor een reden hoeft te geven. Ik besef dat ik op elk moment mag stoppen met het interview. Ook behoud ik ten alle tijden recht op inzage. Als mijn onderzoeksresultaten gebruikt worden in wetenschappelijke publicaties, of op een andere manier openbaar worden gemaakt, dan zal dit volledig geanonimiseerd gebeuren. Mijn persoonsgegevens worden niet door derden ingezien zonder mijn uitdrukkelijke toestemming.

Als ik meer informatie over het onderzoek wil, nu of in de toekomst, dan kan ik me wenden tot de scriptiebegeleider Bram Vertommen [*B.vertommen@uu.nl*] van de faculteit Geesteswetenschappen aan de Universiteit Utrecht.

Aldus in tweevoud getekend:

.....

Naam en handtekening student: Naam en handtekening respondent:

Kjeld Melchers

Plaats: Utrecht

Datum:

Informatieblad

" HET VERHAAL WAARMEE DE GEMEENTE UTRECHT OP WEG GING NAAR EEN GROENE TOEKOMST"

Een onderzoek naar het effect van narratieve argumentatie in de wijkberichten van de gemeente Utrecht op de attitude van wijkbewoners voor geplande wegwerkzaamheden.

24-10-2023, Utrecht

Geachte heer, mevrouw,

Dank dat u wilt meewerken aan het onderzoek voor deze masterscriptie. Het onderzoek zal gaan over het effect van narratieve argumentatie (argumenten verhuuld in een verhaal) in de wijkberichten rondom de geplande wegwerkzaamheden op de attitude van Utrechtse wijkbewoners. Of in andere woorden: reageren mensen positiever op een wijkbericht over de wegwerkzaamheden als er in het wijkbericht een pakkend verhaal staat waarom de gemeente deze wegwerkzaamheden wil uitvoeren?

Dit interview zal gaan over de keuzes die u als communicatieadviseur maakt wanneer u een wijkbericht opstelt. Het interview zal bestaan uit vier korte onderdelen. Voorafgaand aan de onderdelen zal eerst wat algemene informatie worden gevraagd zoals uw naam en werkervaring. Hierna zal het interview inhoudelijk van start gaan. Het eerste en het tweede onderdeel van het interview zullen ingaan op de keuzes die u tijdens het schrijfproces maakt en welke keuze u maakt om doelgroepgericht te schrijven. In het derde onderdeel zal er gevraagd worden naar uw mening over de huidige wijkberichtformat die de gemeente Utrecht gebruikt om de wijkberichten op te stellen. Ter afronding wordt er een afrondende vraag gesteld waarin u de ruimte hebt om op- of aanmerkingen te geven die relevant kunnen zijn voor het onderzoek.

Er is geen goed, fout of (on)gewenst antwoord, elke input is waardevol voor de resultaten van dit onderzoek. Het interview zal worden opgenomen met een telefoon en zal na afloop, door de interviewer, worden teruggeluisterd om de resultaten te kunnen verwerken. Deze opname zal niet gedeeld worden met andere partijen.

Mocht u nog vragen hebben, kunt u deze voorafgaand aan het interview nog stellen.

Bijlage E: Nieuwe wijkberichtformat

Denk mee over de Tuinwijkroute

De gemeente wil de verkeersveiligheid en leefbaarheid op en rond de Willem van Noortstraat en Antonius Matthaeslaan verbeteren. We staan aan het begin van een nieuw ontwerp voor de straten op deze route, dus dit is hét moment om mee te denken over hoe we dat kunnen doen. Wij nodigen u van harte uit om online of op 12 december in de bibliotheek Tuinwijk uw mening te geven. Zo maken we samen een verkeersveilige en gezonde stad. Denkt u mee?

Praktische informatie



Online meedenken tot <deadline>: scan de QR-code of ga naar <website projectpagina/of naar pagina van Denk Mee>

Datum (inloop)bijeenkomst: dinsdag 12 december 2023

Tijd: vrije inloop tussen 19.00 en 21.00 uur

Locatie: Bibliotheek Tuinwijk, Ingen Houszstraat 8

Aanmelden? Aanmelden is niet nodig.



<Artist impression invoegen inclusief duidelijke bijschrift. Niet beschikbaar? Dan foto huidige situatie>

Wat willen we doen?

We willen de Tuinwijkroute groener, gezonder en veiliger maken. Met de Tuinwijkroute bedoelen we de volgende straten:

- Willem van Noortstraat
- Willem van Noortplein
- Antonius Matthaeslaan
- Pieter Nieuwlandstraat
- Ingen Houszstraat

We gaan voor rustigere straten, langzamer verkeer, meer duurzame vormen van vervoer, meer groen in de straat en meer toekomstbestendige maatregelen om een antwoord te hebben op het veranderde klimaat. En we vervangen de riolering op de Antonius Matthaeslaan en in de Pieter Nieuwlandstraat.

Waar kunt u over meedenken?

We kunnen de Tuinwijkroute op een aantal manieren verbeteren. Bijvoorbeeld: meer groen in de straten, meer duurzaam vervoer of meer verblijfsruimte. Vanwege de beperkte ruimte kunnen we alleen niet alle wensen doorvoeren. We moeten dus keuzes maken. Met uw mening, ervaring en ideeën kunnen we de plannen richting geven en een beslissing maken wat het belangrijkste is op de Tuinwijkroute. U kunt meedenken over de herinrichting van alles tussen de rijbaan en de gevels, in de bovenstaande straten.

Een aantal dingen staan al wel vast:

- Alle bovenstaande straten krijgen een maximumsnelheid van 30 kilometer per uur, als ze dat niet al hebben;
- We maken de Willem van Noortstraat en de Antonius Matthaesuslaan smaller, met fietsers en auto's op dezelfde rijbaan;
- We halen een aantal autoparkeerplaatsen weg, en;
- We verbreden de stoepen, waar dat kan.

Binnen die grenzen vragen we u om mee te denken over de volgende vragen:

- Wat wilt u op de Tuinwijkroute verbeteren?
- Wat wilt u op de Tuinwijkroute houden zoals het nu is?

Waarom doen we dit?

Bewoners hebben eerder zelf aangegeven dat ze op de Willem van Noortstraat en Antonius Matthaesuslaan een maximumsnelheid van 30 kilometer per uur willen. Deze kans pakken we aan om deze straten een nieuwe inrichting te geven. Van de huidige autoweg maken we een fietsstraat waar de auto te gast is. Op deze straat is de maximale snelheid 30 kilometer per uur en delen fietsers en automobilisten dezelfde weg. Van het huidige fietspad maken we een wandelpad om meer ruimte te bieden voor recreatie in de wijk.

We doen dit niet alleen voor de bewoners, maar ook voor de mensen die hier werken, winkelen, naar school gaan of door het gebied reizen. We willen graag dat iedereen gezond, prettig en veilig kan reizen door Utrecht, nu en in de toekomst. We geven daarom voorrang aan schone manieren van vervoer die weinig ruimte innemen: lopen, fietsen, openbaar vervoer en deelvervoer. Op verschillende plekken in de stad passen we straten en pleinen aan. Dat willen we dus ook doen op deze Tuinwijkroute.

Hoe nu verder?

Na <datum deadline sluiting online meedenken> bekijken wij alle reacties. Waar mogelijk nemen we ze mee in het eerste plan. Dit noemen we een integraal programma van eisen en een functioneel ontwerp. Als we dit af hebben, presenteren we dit weer aan u. U kunt dan op het plan reageren.

Meer informatie

Op www.utrecht.nl/<projectnaam> vindt u meer informatie over dit project.

Neem bij vragen contact op met Ineke van den Brink (omgevingsmanager), via telefoonnummer 14 030 of e-mailadres tuinwijkroute@utrecht.nl.

Op de hoogte blijven van de laatste ontwikkelingen rondom verkeer en mobiliteit? Volg [@Utrecht Onderweg](https://www.instagram.com/utrecht) op Facebook en Instagram

Met vragen over uw wijk kunt u terecht bij wijkbureau Noordoost, F.C. Dondersstraat 1. Het wijkbureau is ook bereikbaar op noordoost@utrecht.nl of telefoonnummer 14 030.

Bijlage F: oud wijkbericht



Ruimte

Telefoon 14030

E-Mail nachtegaalreigen@utrecht.nl

www.utrecht.nl/nachtegaalreiger

Wijkbericht

oktober 2021

Herinrichting Burgemeester Reigerstraat

De komende periode verbeteren we de Burgemeester Reigerstraat. We richten de straat zo in dat het prettiger wordt om er te wonen, winkelen en verblijven. Daarnaast verbeteren we de doorgaande route voor fietsers. Op 1 november 2021 starten de werkzaamheden. In dit wijkbericht leest u wat dit voor u betekent.

Planning en aannemer

Op maandag 1 november 2021 start de herinrichting van de Burgemeester Reigerstraat. Als alles volgens planning verloopt is de herinrichting in april 2022 gereed. De werkzaamheden vinden plaats tussen 7.00 en 19.00 uur. In enkele gevallen kan ook op zaterdag worden gewerkt. In opdracht van de gemeente Utrecht voert aannemer NTP B.V. de werkzaamheden uit.

Werkfases

De aannemer voert het werk in verschillende fases uit. Elke fase bestaat uit een werkvak van ongeveer 80 meter. Dit is in verband met de bereikbaarheid voor de hulpdiensten. Per vak duren de werkzaamheden ongeveer twee tot drie weken.

We starten op 1 november 2021 met twee werkvakken. Dit is fase 1. Beide vakken zijn aan de even zijde van de straat. Het eerste vak is vanaf de hoek met de Maliebaan tot halverwege huisnummer 8. Zo blijft huisnummer 8 bereikbaar. Het tweede vak is aan de andere kant van de Burgemeester Reigerstraat, vanaf de rotonde aan het Wilhelminapark tot en met de kruising met de J.M. Kemperstraat.

Over de volgende fases informeren wij u later in een apart wijkbericht.

Verkeer en bereikbaarheid

Tijdens de werkzaamheden in de eerste fase is de Burgemeester Reigerstraat in één richting (Maliebaan naar Oudwijkdwarstraat) open voor bestemmingsverkeer. Dit geldt voor voertuigen van bewoners en (winkel)bevoorrading. Het doorgaande verkeer leiden we met borden om.

Fietsers hebben in beide richtingen doorgang.

Voetgangers kunnen altijd veilig langs de werkvakken lopen en zo de woningen, winkels en horecazaken in de straat bereiken.

Tijdens de werkzaamheden kunnen zijstraten afgesloten worden. Omleidingen communiceren we met een wijkbericht, via de website en geven we met borden aan.

Parkeren auto's en fietsen

Tijdens de werkzaamheden zijn de parkeerplaatsen in de Burgemeester Reigerstraat niet beschikbaar. Vooraf worden er parkeerverboden geplaatst. De ruimte van de parkeerplaatsen is nodig voor laden en lossen, het werkvak en voor het verkeer. Heeft u een parkeervergunning? Dan verzoeken wij u tijdens de werkzaamheden ergens anders in het gebied te parkeren.

Ook de fietsers vragen wij om tijdens de werkzaamheden ergens anders te parkeren. Dat kan in de zijstraten of op de Maliebaan in de fietsparkeervakken.

Laden en lossen

Bevoorrading van bedrijven gaat met tijdelijke laad- en losplekken. Deze worden aangegeven met een duidelijk bord en zijn in de buurt van de huidige laad- en losplekken.

Openbaar vervoer

Tijdens alle werkzaamheden rijdt buslijn 8 niet door de straat, maar via een omleidingsroute. Er is een tijdelijke bushalte aan de Maliebaan ter hoogte van huisnummer 71. Meer informatie vindt u op <https://www.u-ov.info/reizen/omleidingen-en-verstoringen>.

Verspreidingsgebied:

Omgeving Burgemeester Reigerstraat en Nachtegaalstraat

Utrecht.nl

(Gemeente Utrecht, 2021a).

Bijlage G: Interviewvragen

Interviewvragen:

Introductie

1. Kunt u zichzelf kort voorstellen? Wat is uw naam en wat is uw functie bij de gemeente Utrecht?
2. Hoelang bent u al werkzaam voor de gemeente?
3. Schrijft u voor uw baan direct of indirect brieven of wijkberichten die gericht zijn op Utrechtse wijkbewoners?

Doelgroepgericht schrijven

4. Waar voldoet voor u een goed geschreven wijkberichten aan?
5. Welke keuzes zijn tijdens het schrijfproces belangrijk om de boodschap van het wijkbericht goed over te laten komen bij de wijkbewoners?
(Doorvragen als er geen antwoord wordt gegeven op tekstniveau.)

Persuasieve communicatie in de praktijk

6. Wat is voor u een belangrijk taalkundig aspect als u in een wijkbericht wijkbewoners wil overtuigen? Wat maakt dit aspect belangrijk en hoe past u dit toe in de wijkberichten?
7. Hebt u in de praktijk wel eens meegemaakt dat wijkbewoners hun attitude aanpasten door de taal- of schrijfkeuzes die u had gemaakt in een wijkbericht?
8. Hebt u in het verleden bepaalde keuzes gemaakt tijdens het schrijfproces van een wijkbericht die in de praktijk niet bleken te werken om mensen te overtuigen van een bepaald standpunt? Hoe kwam dit?
9. Welke tip zou je mee willen geven aan een nieuwe communicatieadviseur wanneer hij/zij een wijkbericht moet opstellen?

Wijkbericht format

De gemeente Utrecht maakt onlangs gebruik van een format om de wijkberichten over de wegwerkzaamheden op te stellen?

10. Waarom is hiervoor besloten?
11. Wat zijn de voordelen van dit format?
12. Wat zijn de nadelen van dit format?
13. Wat zou u anders willen zien aan het huidige format?

Afronding

14. Hebt u verder nog op- of aanmerking die relevant kunnen zijn voor mijn onderzoek die nog niet behandeld zijn?