

Oog in oog met actie **Milieudefensie en haar beeldvorming**

door:

Job Hoogstraat

in opdracht van:



Milieudefensie Amsterdam

Pers & Publiciteit

Begeleiding: mevrouw M. van Kuik

Deventer, 21 september 2006

Afstudeerperiode: oktober 2004 – september 2006



Toegepaste Communicatiewetenschap

Begeleiding: de heren dr. J. Gutteling en dr. M. de Jong

Voorwoord

Na een periode van bijna twee jaar is het dan eindelijk zo ver: de scriptie is af. De attitude van mensen richting Milieudefensie na het lezen van een artikel waarin een van haar acties beschreven is, was het onderwerp. In principe heb ik het traject van plan van aanpak, de dataverzameling tot de discussie en de literatuurlijst zelf uitgestippeld en uitgevoerd. Toch moet ik toegeven dat dit onderzoek en deze scriptie er niet zo hadden uitgezien zonder de hulp van een aantal mensen. Die noem ik even bij naam. Ten eerste wil ik de begeleiders vanuit de Universiteit Twente, Jan Gutteling en Menno de Jong, bedanken voor het stimuleren van en het meedenken binnen het wetenschappelijke proces. De HBO'er in mij bleek daar toch af en toe behoefte aan te hebben. Ook bedank ik de medewerkers van Milieudefensie, in het bijzonder Miranda van Kuik, voor de tijd die ze in dit onderzoek gestoken hebben. Hun hulp was van essentieel belang. Het creatieve brein achter de voorkant is de volgende die ik bedank. Els Hoogstraat, hij ziet er weer briljant uit, bedankt! Vervolgens mag ik Pauline van Houten, mijn meezeer en daarmee kritisch corrector van de af en toe bouwvallen van zinnen en van het kromme woordgebruik, niet vergeten te noemen. Heel erg bedankt! En tenslotte natuurlijk Herman Hoogstraat, Anita Dekker en alle andere (schoon)familieleden, vrienden, collega's en huisgenoten, die het onderzoek door het invullen van de vele pretesten en andersoortige hulp mogelijk hebben gemaakt. Bedankt voor deze inbreng en allemaal zeer zeker ook voor jullie inspiratie tijdens deze hele periode.

Uiteindelijk heeft het allemaal wat langer geduurd dan de bedoeling was, maar iedereen hield er voor mijn gevoel wel vertrouwen in. Hoe vaak ik op de vraag "en, hoe gaat het met je afstuderen?" wel niet "het is bijna af" in de mond nam. Die woorden zullen vaak wel als loze woorden overgekomen zijn. Maar nu is het dan eindelijk zo ver: de scriptie is af, helemaal af!

Job Hoogstraat
20 september 2006
Deventer

Management Summary

In 1997 is de Vereniging Milieudefensie begonnen met het bedenken en uitwerken van plannen betreffende haar profilering. Daarvoor zijn meerdere, imago gerelateerde onderzoeken uitgevoerd. Haar medewerkers zijn al een tijd bezig invulling aan het imagooveranderingsproces te geven. Dit onderzoek is daar een hulpmiddel voor.

Een van de manieren waarop Milieudefensie communiceert met het gewone publiek is via krantenartikelen, die berichten over haar acties. Deze communicatie en de beleving van het publiek daarbij zijn belangrijk voor Milieudefensie en het onderwerp van dit onderzoek. De probleemstelling die hieruit volgt, luidt: 'hoe beleeft het gewone publiek de verschillende actievormen van Milieudefensie waarmee het via de media in aanraking komt? Sluit deze beleving aan bij het gewenste imago van Milieudefensie?'. Hierbij zijn de mening van de respondent richting het milieu in het algemeen, het milieuprobleem uit het artikel en de actievorm van belang. Ook het wel of niet lid zijn van Milieudefensie of een andere milieuorganisatie speelt een rol. Deze variabelen zijn ook meegenomen.

Dit onderzoek ziet imago als attitude. De attitude van een persoon richting een object is gerelateerd aan zijn geloof dat het object over bepaalde eigenschappen beschikt en zijn evaluatie van deze eigenschappen (Fishbein & Ajzen, 1975). Het imago is opgevat als de gewogen som van opvattingen ten opzichte van Milieudefensie. Daarbij is de geloofwaardigheid het belangrijkste aspect. Deze variabele bestaat uit expertise, betrouwbaarheid en aantrekkelijkheid; dat zijn de verklarende variabelen. De manier waarop iets gezegd wordt, beïnvloedt de attitude net zoveel als de woorden die daadwerkelijk gesproken worden. Dit is ook bij de acties van Milieudefensie van belang. Zij maakt namelijk gebruik van meerdere soorten acties, die verschillen qua vorm en karakter. Een kwadrantenstelsel is ontworpen waarin elke soort actie een plaats heeft gekregen. De x-as geeft het karakter weer, met als uiterste karakteristieken informerend en confronterend. De y-as laat de vorm van de actie zien, in termen van levendig tot bleek.

Voor het beantwoorden van de probleemstelling is het experiment de meest geschikte methode. Bij deze methode is het van belang dat de onderzoeker de onafhankelijke variabelen kan manipuleren. In dit onderzoek bestaan deze variabelen uit de vorm en het karakter van de actie. Deze zijn door de onderzoeker te manipuleren. Aan de hand van enkele vooronderzoeken zijn vier krantenartikelen geschreven waarin steeds een ander soort actie van Milieudefensie tegen de bebouwing van het Groene Hart het onderwerp is. Per artikel variëren alleen de vorm en het karakter van de actie. Om hun invloed op de beeldvorming te onderzoeken, is als meetinstrument de schriftelijke vragenlijst gebruikt. Deze is in september en oktober 2005 op veertien trajecten, onder honderd zestig treinreizigers, uitgezet.

Voor een gedegen analyse is het van belang eerst de interne consistentie en de controle op de experimentele manipulatie te bekijken. Na de uitvoering van enkele berekeningen blijkt dat de opzet van het onderzoek goed is.

De resultaten geven aan dat de gemiddelde attitude tussen neutraal en voldoende ligt. De gemiddelde betrokkenheid is op -0,1 berekend, terwijl de gemiddelde beoordelingen van de effectiviteit van en de sympathie voor de acties uitkomen op respectievelijk 2,3 en 2,5. Bij alle afhankelijke variabelen valt winst te behalen. De matige betrokkenheid geeft aan dat de attitude van de respondenten niet zo sterk is. Voor Milieudefensie bestaan mogelijkheden deze te veranderen.

Er zijn verschillen tussen de vier condities. Zo zorgt de onafhankelijke variabele mate van levendigheid voor een hoofdeffect bij de gemiddelde attitude. De mate van confrontatie heeft een significant effect op de gemiddelde betrokkenheid en de gemiddelde sympathie richting de acties. Alle vier afhankelijke variabelen ondervinden een interactie-effect. Doordat gemiddelde effectiviteit van geen van beide een hoofdeffect ondervindt, kan de onderzoeker niets met dit interactie-effect. Gekeken naar betrokkenheid en attitude betekent dit dat de keuze na het gebruik van een van de informerende acties, die beide positief uit het onderzoek komen en daarom goed bruikbaar zijn, een belangrijke is.

De keuze voor een levendig confronterende actie zorgt voor lage scores bij beide afhankelijke variabelen. Milieudefensie doet er verstandig aan voorzichtig te zijn met de inzet van deze actievorm. Mocht het toch nodig zijn, dan is het voor Milieudefensie belangrijk te zorgen dat een dergelijke actie niet uit de lucht komt vallen. Door middel van communicatiecampagnes kan ze ervoor zorgen dat het hele voortraject duidelijk is. Bij de bleek confronterende actie daarentegen hebben verreweg de meeste respondenten een positieve attitude en betrokkenheid. Bij de gemiddelde sympathie voor de acties geeft alleen de bleek informerende actie een lagere score, de overige drie liggen dicht bij elkaar.

Voor een volgend onderzoek is het verstandig de persoonskenmerken uit de lijst nogmaals te testen, eventueel te verwijderen en op te vullen met enkele andere. Dit moet kunnen met een gelijk blijvende of zelfs hogere alpha.

Ook geven de onafhankelijke variabelen slechts 47 procent van de gemiddelde effectiviteit weer. In een volgend onderzoek dient gezocht te worden naar variabelen die deze afhankelijke variabele beter weergeven.

Op basis van zowel het medium als de hoedanigheid van de respondenten kan de onderzoeker moeilijk generaliseren. Een vervolgonderzoek waarin de onderzoeker in plaats van krantenartikelen radio- en televisiefragmenten gebruikt, lost het probleem betreffende het medium enigszins op. Tenslotte zijn in dit onderzoek treinreizigers de respondenten. De thuiswerker en automobilist hebben geen plaats gekregen. Voor de volledigheid is het de volgende keer beter deze als deelnemers mee te nemen in het onderzoek.

Samenvatting

In 1997 is de Vereniging Milieudefensie begonnen met het bedenken en uitwerken van plannen betreffende haar profilering. Daarvoor zijn meerdere, imago gerelateerde onderzoeken uitgevoerd. Haar medewerkers zijn al een tijd bezig invulling aan het imagooveranderingsproces te geven. Dit onderzoek is daar een hulpmiddel voor.

Een van de manieren waarop Milieudefensie communiceert met het gewone publiek is via krantenartikelen, die berichten over haar acties. Deze communicatie en de beleving van het publiek daarbij zijn belangrijk voor Milieudefensie en het onderwerp van dit onderzoek. De probleemstelling die hieruit volgt, luidt: 'hoe beleeft het gewone publiek de verschillende actievormen van Milieudefensie waarmee het via de media in aanraking komt? Sluit deze beleving aan bij het gewenste imago van Milieudefensie?'. Hierbij zijn de mening van de respondent richting het milieu in het algemeen, het milieuprobleem uit het artikel en de actievorm van belang. Ook het wel of niet lid zijn van Milieudefensie of een andere milieuorganisatie speelt een rol. Deze variabelen zijn ook meegenomen.

Voor een gedegen analyse is het van belang eerst de interne consistentie en de controle op de experimentele manipulatie te bekijken. Na de uitvoering van enkele berekeningen blijkt dat de opzet van het onderzoek goed is.

De resultaten geven aan dat de gemiddelde attitude tussen neutraal en voldoende ligt. De gemiddelde betrokkenheid is op -0,1 berekend, terwijl de gemiddelde beoordelingen van de effectiviteit van en de sympathie voor de acties uitkomen op respectievelijk 2,3 en 2,5. Bij alle afhankelijke variabelen valt winst te behalen. De matige betrokkenheid geeft aan dat de attitude van de respondenten niet zo sterk is. Voor Milieudefensie bestaan mogelijkheden deze te veranderen.

Er zijn verschillen tussen de vier condities. Zo zorgt de onafhankelijke variabele mate van levendigheid voor een hoofdeffect bij de gemiddelde attitude. De mate van confrontatie heeft een significant effect op de gemiddelde betrokkenheid en de gemiddelde sympathie richting de acties. Alle vier afhankelijke variabelen ondervinden een interactie-effect. Doordat gemiddelde effectiviteit van geen van beide een hoofdeffect ondervindt, kan de onderzoeker niets met dit interactie-effect. Gekeken naar betrokkenheid en attitude betekent dit dat de keuze na het gebruik van een van de informerende acties, die beide positief uit het onderzoek komen en daarom goed bruikbaar zijn, een belangrijke is.

De keuze voor een levendig confronterende actie zorgt voor lage scores bij beide afhankelijke variabelen. Milieudefensie doet er verstandig aan voorzichtig te zijn met de inzet van deze actievorm. Mocht het toch nodig zijn, dan is het voor Milieudefensie belangrijk te zorgen dat een dergelijke actie niet uit de lucht komt vallen. Door middel van communicatiecampagnes kan ze ervoor zorgen dat het hele voortraject duidelijk is.

Bij de bleek confronterende actie daarentegen hebben verreweg de meeste respondenten een positieve attitude en betrokkenheid. Bij de gemiddelde sympathie voor de acties geeft alleen de bleek informerende actie een lagere score, de overige drie liggen dicht bij elkaar.

Summary

In 1997 Milieudéfense started to invent and work out plans with regards to her profile. Therefore multiple, image related research has been carried out. Her employees are at work on giving an interpretation to the process of image transformation. This research is a help in this process. One of the ways in which Milieudéfense communicates with her public, is by means of articles in newspapers that report on her campaigns. This way of communicating and the perception of the general public are important to Milieudéfense and the topic of this research.

The definition of the problem that follows, runs: 'how does the general public experience the different sorts of campaigns used by Milieudéfense, which it comes in contact with through the media? Does this perception connect with the desired image of Milieudéfense?'. Herewith the opinion of the respondent concerning the environment in general, the used environmental problem and the sort of campaign is of important relevance. Also the fact matters whether the respondent is a member of Milieudéfense or another environmental organisation. All these variables are examined.

Before a thorough analysis it is important to examine the internal consistency and to examine the check on the experimental manipulation. The execution of a few calculations proves that the research design is thorough.

The results declare that the average attitude is between neutral and sufficient. The average involvement is calculated on $-0,1$, while the average judgements of the effectivity of and the sympathy towards the campaigns come out on respectively 2,3 and 2,5. So at every dependent variable it is possible to gain profit. The mediocre involvement indicates that the attitude of the respondents is not extremely strong. So Milieudéfense possesses possibilities to change this attitude.

There are differences between the four conditions. Like this the independent variable degree of vividness provides a leading effect for the average attitude. The degree of confrontation has a significant effect on the average involvement and the average sympathy towards the campaigns. All four dependent variables experience an interaction effect. Because the average effectivity experiences no leading effect the researcher is not able to work with this interaction effect. Considering the involvement and the attitude these results mean that the choice for the campaign after one of the notifying campaigns, which come positively out of the experiment and are therefore very useful, is an important one.

The choice for a vivid confronting campaign provides low scores for both dependent variables. Milieudéfense is well-advised to be careful with the entry of this kind of campaign. When there is no other option, it is important to make sure a vivid confronting campaign does not appear out of thin air. By means of communication campaigns Milieudéfense is able to explain the whole path before this particular campaign. Concerning the pallid confronting campaign on the other hand by far most respondents have a positive attitude and involvement. Considering the average sympathy for the campaigns only the pallid notifying campaign gives a significant lower score, the scores of the remaining three are close to each other.

Inhoudsopgave

| | |
|--|-----------|
| INHOUDSOPGAVE | 9 |
| 1 INLEIDING | 17 |
| 1.1 ACHTERGROND VAN HET PROBLEEM..... | 17 |
| 1.2 MILIEUDEFENSIE..... | 17 |
| 1.3 PROBLEEMSTELLING..... | 18 |
| 1.4 ONDERZOEKSVRAGEN..... | 19 |
| 1.5 RAPPORTAGE..... | 21 |
| 2 THEORETISCH KADER | 23 |
| 2.1 IMAGO..... | 23 |
| 2.2 IMAGO ALS ATTITUDE..... | 24 |
| 2.3 ATTITUDE..... | 25 |
| 2.4 GELOOFWAARDIGHEID..... | 26 |
| 2.5 ANDERE BEÏNVLOEDERS VAN ATTITUDE..... | 28 |
| 2.6 DE EXPERIMENTELE CONDITIES..... | 29 |
| 2.7 HET MEDIUM..... | 30 |
| 3 METHODE VAN ONDERZOEK | 31 |
| 3.1 DE VOORONDERZOEKEN..... | 31 |
| 3.2 TEKSTMATERIALEN..... | 33 |
| 3.3 ONDERZOEKSTRUMENT..... | 34 |
| 3.4 ONDERDELEN VAN HET MEETINSTRUMENT..... | 35 |
| 3.5 WERVING EN SELECTIE RESPONDENTEN..... | 39 |
| 4 RESULTATEN | 41 |
| 4.1 KENMERKEN VAN DE RESPONDENTEN..... | 41 |
| 4.2 INTERNE CONSISTENTIE..... | 44 |
| 4.3 CONTROLE OP DE EXPERIMENTELE MANIPULATIE..... | 45 |
| 4.4 ATTITUDE, BETROKKENHEID, EFFECTIVITEIT EN SYMPATHIE ACTIEVORM..... | 47 |
| 4.5 VERSCHILLEN TUSSEN DE EXPERIMENTELE CONDITIES..... | 48 |
| 4.6 RELATIE ONAFHANKELIJKE VARIABELEN EN EXPERIMENTELE CONDITIES..... | 50 |
| 4.7 PROFILERING..... | 53 |
| 5 CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN | 55 |
| 5.1 CONCLUSIES VERSCHILLEN EXPERIMENTELE CONDITIES..... | 56 |
| 5.2 CONCLUSIES INVLOED VAN ONAFHANKELIJKE VARIABELEN..... | 57 |
| 5.3 CONCLUSIES PROFILERING..... | 59 |
| 5.4 AANBEVELINGEN..... | 59 |
| 6 DISCUSSIE | 63 |
| 6.1 DE VALIDITEIT..... | 63 |
| 6.2 DE BETROUWBAARHEID..... | 64 |
| 6.3 KANTTEKENINGEN BIJ HET MEETINSTRUMENT..... | 64 |
| 6.4 VERVOLGONDERZOEK..... | 65 |
| LITERATUURLIJST | 69 |
| BIJLAGE I | 73 |
| DE SCHRIFTELIJKE VRAGENLIJST..... | 73 |
| BIJLAGE II | 83 |
| HET STIMULUSMATERIAAL..... | 83 |

| | |
|--|-----------|
| BIJLAGE III | 86 |
| ARTIKEL UIT NRC-HANDELSBLAD VAN 22 JUNI 2004 | 86 |
| BIJLAGE IV | 88 |
| ARTIKEL UIT RAVAGE VAN 2 JULI 2004 | 88 |
| BIJLAGE V | 90 |
| SELECTIECRITERIA KRANTENARTIKELEN | 90 |
| BIJLAGE VI | 91 |
| TABEL OPLOSSINGEN VOOR MILIEUPROBLEMEN | 91 |
| BIJLAGE VII | 92 |
| DE INTERACTIE-EFFECTEN IN FIGUREN | 92 |

1 Inleiding

Deze inleiding begint met een bespreking van de achtergrond van het onderzochte probleem en biedt vervolgens plaats aan een verslag over de organisatie Milieudefensie, de probleemstelling, de bijbehorende onderzoeksvragen en sluit af met een uiteenzetting hoe deze rapportage eruit ziet.

1.1 Achtergrond van het probleem

In 1997 is de Vereniging Milieudefensie begonnen met het uitwerken van een plan voor haar profilering. In dat jaar is een stageonderzoek uitgevoerd met als onderwerp haar imago onder de leden. Sindsdien zijn er onderzoeken gedaan naar het imago van de milieubeweging in het algemeen, naar het imago van Milieudefensie in het bijzonder, maar ook is aan politici, journalisten en andere sleutelpersonen gevraagd hoe zij over Milieudefensie denken.

Daaruit is naar voren gekomen dat het beeld van Milieudefensie niet zo eenduidig is. Soms ontbreekt dat beeld helemaal of is dat wat negatief gekleurd. Dit geldt zelfs voor mensen die Milieudefensie steunen of die aangeven daartoe bereid te zijn (Van Kuik, 2004).

De beheersing van het imago gebeurt in drie fasen: ten eerste de analyse van het bestaande imago, dat al gebeurd is, ten tweede de vaststelling van het gewenste imago en tenslotte het, eventuele, veranderingsproces van bestaand naar gewenst imago (Van der Burg, 1997).

Ook het vaststellen van het gewenste imago is al gebeurd. Na aanleiding van onderzoeken en visiestukken van themateams zijn een aantal termen geformuleerd die relevant zijn voor de profilering van Milieudefensie. Na voorlegging aan communicatiemedewerkers, campagneleiders en leden, die lid zijn van de denktank profilering, zijn de volgende vier elementen naar voren gekomen (Van Kuik, 2004):

1. Het **milieudoel / de visie** van Milieudefensie: eerlijke verdeling van milieu gebruiksruimte, een schone wereld waar het goed toeven is voor iedereen en waarin mens en milieu niet ondergeschikt zijn aan de economie;
2. Milieudefensie biedt **alternatieven**: wervend en realistisch;
3. Milieudefensie bereikt haar doelen door **beïnvloeding van het maatschappelijke debat**;
4. om dit kracht bij te zetten wil zij zo veel mogelijk **mensen betrekken** bij haar activiteiten. Hiermee onderscheidt zij zich ook van andere organisaties.

Nu is de tijd gekomen om te kijken hoe het veranderingsproces eruit moet zien dat tussen het bestaande en gewenste imago zit. Milieudefensie communiceert door middel van verschillende middelen met het publiek. Een aantal mensen zal voor de eerste keer in contact komen met Milieudefensie terwijl haar leden bezig zijn met actie voeren. De meeste mensen zullen echter via de media met Milieudefensie in aanraking komen. Als de milieubeweging in de media verschijnt, is dat meestal met een actie. Het is daarom van belang dat haar acties goed overkomen in de media. Naarmate het beeld van Milieudefensie in het hoofd van de mensen positiever is, staan ze meer open voor haar boodschap. Dat is relevant voor de werving van leden en actievoerders, maar ook voor het gewicht van de organisatie richting de politiek of bedrijfsleven (Van Kuik, 2004). De communicatie door middel van acties en haar plaatsing in de media is dus belangrijk voor Milieudefensie en is onderwerp van dit onderzoek. Maar wie is Milieudefensie en wat doet zij zoal?

1.2 Milieudefensie

Milieudefensie werd in 1971 opgericht door een groep wetenschappers in reactie op het rapport van de Club van Rome. In dit rapport van een groep internationaal

gezaghebbende wetenschappers en grootindustriëlen stond dat als de mensheid geen maatregelen zou treffen tegen de bevolkingsexplosie, milieuvervuiling en verspilling van grondstoffen, haar een verstikkende toekomst vol honger en ellende zou wachten. Tegen deze achtergrond richtte een groep verontruste mensen de Raad van Milieudefensie op. Milieudefensie groeide snel. Eind 1972 had ze achtduizend leden en werd ze officieel een vereniging. Ook werd zij het Nederlandse lid van Friends of the Earth International (Milieudefensie, z.d.b).

“Milieudefensie wil een duurzame, schone wereld waarin het goed toeven is, en waarin het draagvermogen van de aarde volledig wordt gerespecteerd en ten goede komt aan de gehele wereldbevolking” (Milieudefensie, z.d.c).

Deze visie tracht zij te verwezenlijken door de aandacht te vestigen op een aantal punten. Ten eerste is zij ervan overtuigd dat een structurele oorzaak van milieubederf en uitputting van grondstoffen gelegen is in een te eenzijdige gerichtheid op de economie. Ten tweede kiest zij een heldere positie die ondersteund wordt door het uitdragen van standpunten en stellingname, maar die gericht is op het behalen van resultaat en op beïnvloeding van het maatschappelijke debat. Ook probeert zij samen met mensen effectieve druk en hindermacht te ontwikkelen op die plekken in de samenleving waar de beslissingen vallen. Tevens houdt zij vanuit de ecologische invalshoek van duurzaamheid oog voor de daarmee verweven maatschappelijke en sociale aspecten. Daarnaast mobiliseert zij mensen inzake de milieuproblematiek op zowel hun verantwoordelijkheid voor de toekomst als een gevoel van urgentie en eigenbelang. Verder geeft zij aan wat voor betekenissen overstijgende en/of abstracte milieuproblemen voor de mens in zijn eigen leefomgeving hebben. Tenslotte stimuleert zij dat onderzoek naar en analyse van milieuproblemen en mogelijke oplossingen blijft plaats vinden, en de kennis hierover verspreid wordt (Milieudefensie, z.d.c).

Om al deze punten te verwezenlijken wordt zowel lokaal als landelijk als internationaal actie gevoerd. Milieudefensie heeft bijna tachtig lokale afdelingen en steunpunten door het hele land. Zij houden zich bezig met de milieuproblematiek in hun regio en versterken daarnaast de landelijke campagnes. Deze landelijke campagnes hebben betrekking op het behoud van de groene ruimte, biologische landbouw, schoner verkeer en veiligheid rond gevaarlijke stoffen. Als lid van de milieukoepel Friends of the Earth International speelt Milieudefensie een rol in de internationale milieubeweging, zoals op het gebied van klimaatverandering en globalisering (Milieudefensie, z.d.a).

De opdrachtgever van dit onderzoek is nu bekend en het is duidelijk wat voor organisatie het is, waar zij vandaan komt en wat haar uiteindelijk doelstelling is. Nu is het tijd om terug te gaan naar het onderzoek met de belangrijke vraag: wat is de centrale vraag die beantwoord moet worden?

1.3 Probleemstelling

De achtergrond van het probleem, dat onderzocht dient te worden door middel van dit onderzoek, is nu bekend. Ook de organisatie, waarvoor het onderzoek uitgevoerd wordt, heeft meer bekendheid gekregen met behulp van paragraaf 1.2. Maar wat is precies de probleemstelling van het onderzoek? Deze luidt:

‘Wat is het beeld van het gewone publiek richting Milieudefensie na het lezen over de verschillende actievormen van Milieudefensie met welke het via de media in aanraking komt?’

Uitleg relevante termen

Gewone publiek: voor Milieudefensie is niet de gehele Nederlandse bevolking van belang. Met betrekking tot dit onderzoek is alleen de groep van twee miljoen belangrijk. Dit is een groep waarvan de mensen in onderzoek aangegeven hebben dat ze een milieubeweging steunen of willen steunen. Milieudefensie heeft Co-efficiënt (2003)

opdracht gegeven een onderzoek uit te voeren onder deze groep mensen. Daaruit komt naar voren dat ze Milieudefensie een te radicale, maar principiële en aan de weg timmerende organisatie vinden. Tevens heeft 25 procent van de respondenten een associatie met Volkert van de G., de moordenaar van Pim Fortuyn. Verder heeft Milieudefensie een lage bekendheid, maar deze is al wel beter dan voorheen. Tenslotte vinden ze dat ze inspringt op actuele milieuonderwerpen en hebben ze de associatie met actie voeren en niet met het betrekken van mensen.

Actievorm: Milieudefensie maakt gebruik van verschillende soorten acties. Al deze acties hebben een plek gekregen in een van de experimentele condities met op de y-as de vormvariabelen bleek en levendig. Daarnaast zijn alle acties ingedeeld naar de mate waarop het karakter confronterend dan wel informerend is, deze staan op de x-as. In dit onderzoek worden in ieder geval de vier uiterste punten in de grafiek onderzocht.

Media: dit is een ruim begrip. Om dit onderzoek niet te uitgebreid te laten worden, is gekozen om alleen krantenartikelen aan de respondenten voor te leggen. Dat betekent dat de radio, internet, televisie en andere media niet meegenomen worden.

Naast de conclusies en aanbevelingen voor Milieudefensie heeft het onderzoek een meer wetenschappelijk belang. Na een uitgebreid literatuuronderzoek is gebleken dat er weinig theorie bekend is over het voeren van acties. Dit onderzoek is een poging ook hieraan een bijdrage te leveren. Tenslotte genereert het weer vervolgonderzoeken.

De probleemstelling kan echter niet direct beantwoord worden. Daarom is in paragraaf 1.4 een aantal vragen geformuleerd die een belangrijke rol spelen bij de beantwoording van de probleemstelling.

1.4 Onderzoeksvragen

Ter verduidelijking van de onderzoeksvragen is het handig om, voordat deze vragen besproken worden, eerst kort te beschrijven wat de opzet van het onderzoek is. Om tot beantwoording van de probleemstelling te komen, is een kwantitatief experimenteel onderzoek opgezet. Dit onderzoek vraagt de respondenten naar hun mening over hun attitude, betrokkenheid, beoordeling van de effectiviteit van en sympathie voor de acties, de afhankelijke variabelen, naar aanleiding van een artikel waarin een actie van Milieudefensie beschreven is. De vorm en het karakter van deze acties zijn de onafhankelijke variabelen in deze stimuli. Als uitgangspunt is een actie van Milieudefensie met als onderwerp 'bebouwing in het Groene Hart' gebruikt. Naar aanleiding van artikelen met dit onderwerp, uit het NRC-Handelsblad (Schreuder, 2004, 22 juni) en *Ravage* (2004, 2 juli), zijn artikelen geschreven waarin acties beschreven staan die bleek informerend, bleek confronterend, levendig confronterend en levendig informerend zijn. Deze acties hebben ook de bebouwing van het Groene Hart als onderwerp. De respondenten krijgen in de enquête eerst vragen over het milieu en aanverwante zaken. Vervolgens krijgt elke respondent een van de vier artikelen voorgelegd. Na het lezen van het artikel beantwoordt de respondent vragen die betrekking hebben op de vier afhankelijke variabelen. Al deze vragen samen zijn de operationalisering van zes, in het onderstaande deel uitgewerkte en benoemde, onderzoeksvragen.

Bij de beoordeling van een uiting, waarin Milieudefensie een rol speelt, zal het voor een respondent bijna onmogelijk zijn om zijn mening over het beschreven milieuprobleem niet mee te laten spelen. Daarom is het van belang zowel de attitude richting het milieu in het algemeen als richting het betreffende milieuprobleem mee te laten wegen. Dit brengt de volgende onderzoeksvraag met zich mee:

'Wat is de attitude richting het milieu in het algemeen en richting het betreffende milieuprobleem?'

Ook zijn mening over de gebruikte actievormen heeft een kans een rol te spelen in het beeld, dat de respondent van Milieudefensie heeft, tijdens en na het lezen van de artikelen. Dit leidt tot de onderzoeksvraag:

'Wat vindt de respondent van de verschillende actievormen in termen van effectiviteit en sympathie?'

Men moet een aantal zaken in de gaten houden als men over attitude spreekt. Perloff (2003) noemt de manier waarop iets gezegd wordt als een van de belangrijkste. Die kan net zo belangrijk zijn voor de vorming dan wel verandering van attitude als de woorden die daadwerkelijk worden uitgesproken. Dit gegeven is ook in dit onderzoek van belang. Milieudefensie probeert haar doelen door middel van verschillende soorten acties te bereiken. De acties verschillen zowel in vorm als in karakter. Het is bijvoorbeeld goed mogelijk dat acties met een levendige vorm en een meer confronterend karakter meer weerstand oproepen. Maar is dat wel echt het geval, dus:

'Verschilt de attitude richting de organisatie Milieudefensie per actievorm?'

Als Milieudefensie actie voert wil zij een boodschap uitdragen, zij is op dat moment de zender. Sociale bewegingsorganisaties kunnen echter aanzienlijke hinder ondervinden van een geringe geloofwaardigheid, niet zozeer onder de eigen aanhang, maar vooral daar buiten. Dit is lastig, want bij een zender speelt de mate van geloofwaardigheid een belangrijke rol (Klandermans, 1991). De vraag is echter of dit bij Milieudefensie ook het geval is, dus:

'Is er verschil in attitude tussen leden en niet-leden?'. En daaropvolgend: 'heeft dit verschil iets te maken met de actievorm?'

Milieudefensie is al een tijd bezig met de manier waarop de organisatie zich moet profileren. Voor deze profilering zijn twee elementen, namelijk 'milieu' en 'met mensen', geselecteerd (Van Kuik, 2004). Voortkomend uit de twijfel over de geloofwaardigheid van sociale bewegingsorganisaties die verwoord is door Klandermans (1991) zijn de volgende twee onderzoeksvragen geformuleerd:

'Hoe geloofwaardig is Milieudefensie als de artikelen gelezen worden en gedacht wordt aan de belangrijkste pijler van de profilering 'het milieu?' en *'hoe geloofwaardig is Milieudefensie als de artikelen gelezen worden en gedacht wordt aan de op een na belangrijkste pijler van de profilering 'met mensen?'*

Tenslotte, Milieudefensie is vooral geïnteresseerd in het beeld dat ze oproept op het moment dat ze met een actie in de krant komt. Omdat een vereniging haar bestaansrecht ontleent aan leden en donateurs is het van belang dat Milieudefensie deze mensen aanspreekt. De impliciete veronderstelling bij veel attitudeonderzoek, ook bij deze, is dat een positieve attitude ten aanzien van een object uitmondt in gedrag dat positief is voor het object in kwestie (Van der Meer, 1981), in dit geval dus Milieudefensie. Als spin-off wordt op basis van de uitkomsten van het onderzoek dan ook een advies gegeven over de profilering door middel van actievormen.

De vragen, die beantwoord worden in dit onderzoek, zijn nu uiteengezet. Maar hoe gaat deze rapportage eruit zien?

1.5 Rapportage

De achtergrond van het onderzochte probleem, de organisatie Milieudefensie, de probleemstelling en de daaruit voortkomende onderzoeksvragen zijn uitgewerkt. Deze paragraaf bespreekt hoe de rest van dit verslag eruit ziet.

Het volgende hoofdstuk, nummer twee, gaat in op de theorie die van belang is bij de beantwoording van de probleemstelling en de onderzoeksvragen. Dit theoretische kader is het begin van de lijn en heeft tot doel om de gebruikte termen door middel van definities te verduidelijken, literatuur te bespreken die kan zorgen voor enige opheldering van het probleem en een model te introduceren dat bruikbaar is voor het oplossen van het probleem.

Hoofdstuk drie beschrijft de methode waarmee dit onderzoek uitgevoerd is. Daarbij komen een aantal zaken aan de orde, die ervoor zorgen dat een andere onderzoeker het onderzoek kan nadoen en eventueel bekritisieren. De eerste zaken zijn de vooronderzoeken. Paragraaf twee gaat in op de gebruikte stimuli. De derde en vierde bespreken respectievelijk het onderzoeksinstrument en de respondenten. Tenslotte komen de verschillende onderdelen van de enquête, waaronder de manier van opzet en het nut van elk specifiek onderdeel, aan de orde. De achtergronden van het onderzoek, de theorie en de opzet van het onderzoek zijn in de voorgaande hoofdstukken besproken. Nu zijn de uitkomsten aan de beurt. Hoofdstuk vier bespreekt de resultaten, hoofdstuk vijf de daaruit volgende conclusies. Ook bespreekt hoofdstuk vijf de aanbevelingen, die uit het onderzoek te genereren zijn.

Tenslotte geeft hoofdstuk zes de discussie weer, deze gaat in op de kanttekeningen die geplaatst kunnen worden bij de theorie, het onderzoek, de resultaten en de conclusies. Het verslag sluit af met een lijst van de gebruikte literatuur en de bijlagen.

Maar nu begint het theoretische kader met een uiteenzetting van de literatuur en zijn aanknopingspunten met dit onderzoek.

2 Theoretisch kader

Dit hoofdstuk bespreekt de theorie die van belang is bij de beantwoording van de probleemstelling en de onderzoeksvragen. Dit theoretische kader heeft tot doel om de gebruikte termen door middel van definities te verduidelijken, literatuur te bespreken die kan zorgen voor enige opheldering van het probleem en een model te introduceren dat bruikbaar is voor het oplossen van het probleem. Deze bespreking begint met de uitleg van de term imago. Vervolgens graaft zij steeds dieper door de verschillende lagen van dit fenomeen en gaat in op alles wat van nut kan zijn voor een beter begrip van het onderzoek en de bijbehorende theorie.

2.1 Imago

Zoals in paragraaf 1.3 al uit de probleemstelling blijkt, is dit experiment opgezet om het beeld dat de respondenten hebben van Milieudefensie te onderzoeken. Het imago is dan de eerste afhankelijke variabele waaraan de onderzoeker denkt. De respondenten beantwoorden de imagogelateerde vragen en met behulp van deze vragen krijgt hun beeld van Milieudefensie gestalte. Een positief imago is een voorwaarde voor succes van een organisatie en is een belangrijke pijler voor continuïteit. Omgekeerd geldt dat succes bijdraagt aan een positief imago en het werkklimaat gunstig kan beïnvloeden. Het is dan ook logisch dat organisaties de zorg om hun corporate image als een van hun belangrijkste prioriteiten beschouwen (Blauw, 1994). Verschillende onderzoekers hebben definities voor de term imago geformuleerd. Schoemaker en Vos (1989, p. 11) beschrijven het als volgt: "imago is het beeld dat de diverse publieksgroepen van de organisatie hebben. Dit is het geheel van gevoelens en overtuigingen die men op grond van vroegere ervaring, kennis en indrukken heeft". Volgens Blauw (1994, p. 17-22) kan het begrip image als volgt worden omschreven: "het resultaat van het totaal van alle indrukken, ervaringen, kennis, verwachtingen en gevoelens van mensen over een individu, merk, bedrijf, instelling, politieke partij enzovoort. Uit onderzoek is gebleken dat organisaties die meer bekend zijn ook hoger gewaardeerd worden, dus 'onbekend maakt onbemind' en 'bekend maakt bemind'. Communicatie, zoals de publieksgroepen of doelgroepen die zien en interpreteren, bepaalt het imago. Het is een globale of beredeneerde attitude bij de publieksgroepen. Het imago kan dus verschillen voor de diverse doelgroepen (Floor & Van Raaij, 2002).

Factoren, die buiten het bereik van de organisatie liggen, bepalen voor een groot deel het imago van een organisatie. Dit heeft te maken met het klimaat dat er is voor een organisatie. Zo kregen milieuzaken in de jaren tachtig veel meer aandacht dan in bijvoorbeeld de jaren zestig (Schoemaker & Vos, 1989). Ook nu blijkt uit onderzoeken dat de Nederlander zich weer meer druk maakt om het milieu (Co-efficiënt, 1999). Met behulp van een goed en degelijk imago kan Milieudefensie ook voor een deel van deze nieuwe miliegolf profiteren.

Maar dan is er nog steeds het probleem van een goede definitie. Van Riel (1992, p. 82) heeft hier onderzoek naar gedaan en hij kiest uit een groot aantal verschillende definities de definitie van Dowling: "an image is a set of meanings by which an object is known and through which people describe, remember and relate to it. That is the net result of the interaction of a person's beliefs, ideas, feelings and impressions about an object". De respondent kan voor object merk, organisatie en dergelijke lezen om de definitie op verschillende niveaus bruikbaar te maken. Verschillende mensen kunnen een verschillend beeld van een object hebben, dat blijkt duidelijk uit deze definitie. Tenslotte blijkt dat zowel de persoon als het object imago's bepalen (Van Riel, 1992). Eventuele vooroordelen bij doelgroepen vormen een deel van het beeld dat mensen over een organisatie hebben. Een imago kan dus een totaal vertekend beeld inhouden, beter of slechter dan de werkelijkheid (Blauw, 1994). Volgens Van der Burg (1997) gaat de

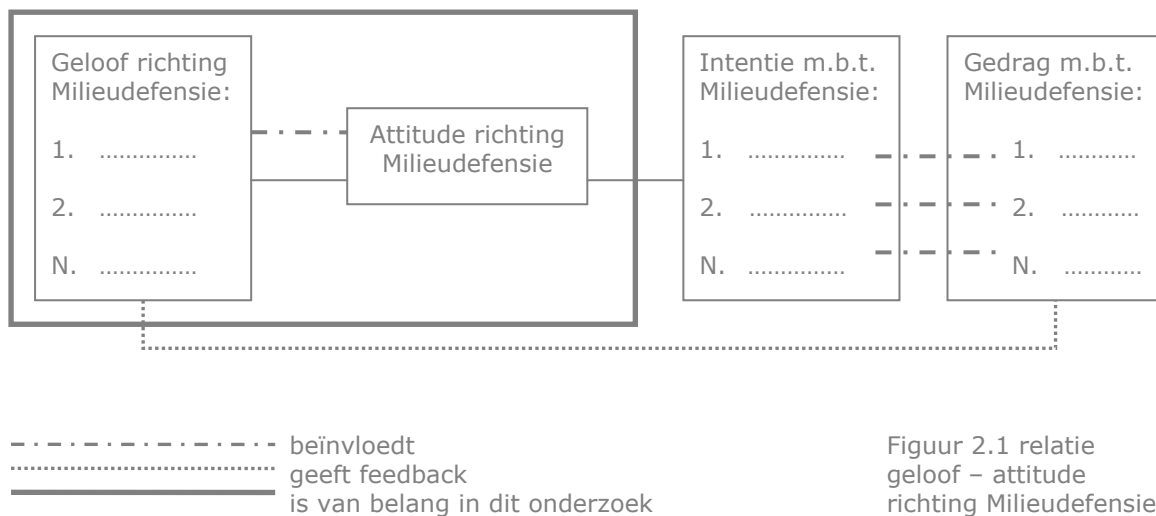
vorming van beeldvorming in drie stappen. De route loopt van de waarneming via de perceptie naar de attitude. Met perceptie bedoelt hij de indruk die het waargenomene op de waarnemer maakt.

In dit onderzoek is ook gekozen voor de definitie van Dowling. De belangrijkste reden is dat deze goed aansluit bij de keuze om het imago te zien als attitude, die verder toegelicht wordt in het onderdeel 'imago als attitude'.

2.2 Imago als attitude

Van Riel (1992) maakt naar aanleiding van publicaties van Poiesz, Verhallen en Pruyn een onderverdeling van drie manieren waarop onderzoekers en praktijkmensen naar het imago kijken. "Imago's zijn simplificaties van de werkelijkheid die pas uitgewerkt kunnen worden wanneer het belang toeneemt. Op basis van de uitwerkingsgraad, elaboratiegraad, die bepaald wordt door de mate van betrokkenheid van het subject, kunnen deze verschillende soorten imago's onderscheiden worden" (Van Riel, 1992, p. 88). Bij de hoge uitwerkingsgraad is het imago complex en hiërarchisch gestructureerd, het is opgeslagen als een netwerk van betekenissen in het geheugen.

De uitwerkingsgraad op middenniveau houdt in dat het imago te beschouwen is als een attitude. Fishbein & Ajzen (1975) zeggen dat de attitude van een persoon richting een object gerelateerd is aan zijn geloof dat het object over bepaalde attributies beschikt en zijn evaluatie van deze attributies. Tegelijkertijd is attitude gerelateerd aan een aantal gedragsintenties met betrekking tot het object, elke intentie gewogen door zijn evaluatieve implicaties. Figuur 2.1 geeft dit weer (Fishbein & Ajzen, 1975, p. 15).



Figuur 2.1 relatie geloof – attitude richting Milieudefensie

Van Riel (1992, p. 92) zegt het iets anders. Volgens hem is een attitude op te vatten als een gewogen som van opvattingen ten opzichte van een imago-object. In de vorm van een formule ziet dat er als volgt uit: $A = \sum(O \times W)$, waarbij de O het oordeel van het attribuut betreft en de W de waardering van dat attribuut. De onderzoeker creëert een serie attributen waarmee hij een persoon in staat stelt een object te beschrijven in termen van opvallende overtuigingen en evaluaties (Fombrun & Van Riel, 2001). Wanneer een attitude positief is, is de kans op positief gedrag ten opzichte van het imago-object groter (Van Riel, 1992). Johansson introduceerde als eerste het attitudeconcept in het imago-onderzoek. Attitude kan dan worden opgevat als "een consistente en dus voorspelbare manier waarop een persoon denkt over een sociaal object, dat object waardeert en zich ten opzichte van dat object gedraagt". Attituden laten zich betrekkelijk eenvoudig omzetten in opvattingen over bedrijven (Pruyn, 1994, p. 148).

Tenslotte zegt de lage uitwerkingsgraad dat het imago een globale totaalindruk is in het geheugen van het subject. De hoeveelheid informatie en indrukken, die het subject te

verwerken krijgt, is te groot om er nog op een gestructureerde wijze mee om te gaan (Van Riel, 1992).

De graad van cognitieve uitwerking is afhankelijk van beperkingen in de informatiecapaciteit en/of het motivatieniveau bij respondenten. Onderscheid moet dus gemaakt worden tussen individuen die wel en individuen die niet gemotiveerd zijn een uitgebreid cognitief informatieverwerkingsproces te volgen bij hun beoordelingen en beslissingen ten aanzien van het imago-object (Pruyn, 1994).

Bij het beantwoorden van de probleemstelling en de onderzoeksvragen is gekozen om het imago volgens de uitwerkingsgraad op het middenniveau als uitgangspunt te kiezen. Een belangrijk argument daarvoor, is dat volgens Van Riel (1992) deze manier van kijken naar het imago de meest werkbare is. In paragraaf 1.4 is aangegeven dat een aantal aanbevelingen de spin-off van dit onderzoek vormen. De resultaten van deze onderzoeksofzet, met de keuze imago te zien als attitude, geven Milieudefensie goede handvaten verder te gaan met haar profilering. Kenmerken waarop ze slecht scoort, kan ze direct aanpakken.

Daarnaast is er sprake van een mediërend proces in die zin dat de situatie op grond van eigen doelstellingen en op grond van ervaringen wordt vastgelegd in cognitieve en evaluatieve kaders. Dit impliceert dat niet ieder individu een gegeven situatie op dezelfde manier hoeft te beleven, maar dat er ruimte is voor een eigen beleving daarvan (Van der Meer, 1981).

Deze methode brengt met zich mee dat van tevoren goed onderzocht moet worden welke attributen een rol spelen in de bepaling van de attitude. Daarom zijn goede vooronderzoeken benodigd. Een tweede probleem betreft het feit dat de onderzoeker de respondenten als het ware dwingt na te denken over het imago-object in termen van de attributen die worden voorgelegd in de vragenlijst (Pruyn, 1994; Van Riel, 1992).

De keuze, om het imago als attitude te zien, wordt onderschreven door Van Raaij. Hij beschrijft het imago namelijk als volgt: "het imago is in feite een attitude. Evenals bij de attitude bestaat het imago als een affect, een globale attitude in termen van gunstig tot ongunstig, en als een 'beredeneerde' attitude, een evaluatie met een profiel van verscheidene karakteristieken" (Pruyn, 1994, p. 149).

Voor de rest van deze rapportage dient de lezer het imago te zien als een attitude. Maar wat is attitude eigenlijk?

2.3 Attitude

Attitude is een begrip dat in de sociale wetenschappen al vroeg is geïntroduceerd. Het wordt beschouwd als een van de kernthema's van de sociale psychologie, zonder daarmee overigens deze discipline het alleenrecht toe te kennen van de bestudering van dit thema (Van der Meer, 1981).

Attitude is dus een psychologisch gegeven. Zij is een mentaal en emotioneel wezen dat in een persoon bestaat, of hem kenmerkt. Het wordt ook wel het 'veronderstelde gegeven' genoemd, een concept dat niet direct geobserveerd kan worden, maar alleen afgeleid kan worden uit iemands acties (Perloff, 2003).

Perloff (2003, p. 39) heeft uit vier definities van alle tijden een nieuwe definitie van attitude opgemaakt. Attitude is volgens hem een aangeleerde, globale evaluatie van een object, persoon, plaats of onderwerp, die gedachte en actie beïnvloedt.

Volgens Fishbein en Ajzen (1975) bestaat attitude uit twee componenten, namelijk de cognitieve en affectieve. Jouw attitude is een combinatie van wat je gelooft of verwacht van een bepaald object, dat is de cognitieve component, en hoe je je voelt met betrekking tot deze verwachtingen, dat is de affectieve component.

Ook de sterkte van de attitude is belangrijk, omdat die aangeeft of de betreffende respondent een beeld heeft dat gemakkelijk kan veranderen (Perloff, 2003). Wanneer de

attitude niet sterk is, kan het laten lezen van een ander artikel al een verandering in attitude teweeg brengen.

Perloff (2003) heeft een aantal karakteristieke geformuleerd die ingaan op de sterkte van de attitude, deze zijn: betrokkenheid, er zijn aanknopingspunten met de kernwoorden of het eigen ik; belangrijkheid, er wordt gegeven om het onderwerp; extremisme, de attitude verschilt enorm van de neutraliteit; zekerheid, onze attitude is de juiste; toegankelijkheid, de attitude is goed te begrijpen; kennis, er is genoeg informatie over dit onderwerp; hiërarchische organisatie, de attitude is intern consistent en ingesloten in een met zorg uitgewerkte structuur in hun houding.

Betrokkenheid speelt een grote rol in de beoordeling van de sterkte van de attitude. De betrokkenheid die mensen hebben bij een onderwerp is onder andere afhankelijk van hun gepercipieerde risico, interesse, deskundigheid of begrip van de situatie, en de motivatie die men op dat moment heeft. Over het algemeen geldt dat bij hoge betrokkenheid mensen meer aandacht besteden en meer cognitieve capaciteit inzetten voor de verwerking van de boodschap (Maathuis, 2001). In dit onderzoek wordt het imago gezien als attitude en is het uitgangspunt dat de respondenten een middelmatige betrokkenheid hebben. Waarom dit voor dit onderzoek een juiste keuze is, staat beschreven in paragraaf 2.1. Omdat betrokkenheid zo een belangrijke rol speelt bij de sterkte van het beeld dat mensen hebben van een organisatie, heeft deze afhankelijke variabele ook een prominente plaats in dit onderzoek gekregen.

Volgens De Rooij (1991) is betrokkenheid een samengestelde maat bestaande uit twee elementen. De eerste is 'emotionele betrokkenheid'. Daarmee bedoelt hij de mate waarin het probleem de gevoelens raakt. Als tweede noemt hij belangstelling, waarvoor meestal als gangbare term 'actiebereidheid' wordt gebruikt. Hiermee bedoelt hij de geneigdheid actie te ondernemen in verband met het probleem. De beïnvloeders liking en gelijkheid hebben, zoals in paragraaf 2.5 naar voren komt, een aantal voorbehouden. Mocht namelijk uit het onderzoek een invloed van een van deze twee of allebei blijken, dan hoeft deze niet zwart op wit te zijn. Er zitten dus haken en ogen aan de inzet van deze twee beïnvloeders. Toch hebben ze een bepaalde invloed op de attitude. Daarom is het wel belangrijk om ze mee te nemen. Om ze een plaats te geven in dit onderzoek is ervoor gekozen deze twee beïnvloeders op te nemen als de variabele 'emotionele betrokkenheid'.

Milieudefensie is een specifiek soort organisatie met een specifiek soort uiting, de actie. De beoordeling van de effectiviteit van en de sympathie voor de acties zijn daarom als afhankelijke variabelen meegenomen om meer inzicht te krijgen in deze materie. Over de effectiviteit van en de sympathie voor acties is geen literatuur gevonden. Het onderdeel van de vragenlijst dat hierop terugslaat, heeft de onderzoeker daarom zelf bedacht en ontwikkeld.

Voor al deze punten dient een plaats gezocht te worden in dit onderzoek. Daarom komen ze in de enquête terug. Imago wordt dus gezien als attitude, het gegeven attitude is verduidelijkt. Maar welke aspecten beïnvloeden de attitude eigenlijk?

2.4 Geloofwaardigheid

Nu het duidelijk is dat in dit onderzoek imago gelijk is aan attitude en wat attitude eigenlijk is, wordt het belangrijk welke aspecten en beïnvloeders van imago er zijn. Geloofwaardigheid is een belangrijk aspect van de attitude. Het is een concept dat gekoppeld is aan de zender. Het verwijst naar de mate waarin een object gezien wordt als een betrouwbare bron van informatie, producten, diensten en andere zaken (Maathuis, Rodenburg & Sikkels, 2004). Klandermans (1991) geeft aan dat sociale bewegingsorganisaties aanzienlijke hinder kunnen ondervinden van een geringe geloofwaardigheid. Dat is lastig, want bij een zender speelt haar mate een grote rol. Ook andere onderzoekers onderschrijven het belang van geloofwaardigheid in imago-

onderzoek. Zo heeft O'Keefe (2002; zie ook Maathuis, 2001) een onderverdeling gemaakt waarin hij geloofwaardigheid in drie belangrijke aspecten van de attitude richting een organisatie onderverdeelt. Deze zijn expertise, betrouwbaarheid en aantrekkelijkheid.

In hun artikel geven Maathuis, Rodenburg en Sikkel (2004) van elke variabele een definitie. Expertise is de mate waarin een object relevante kennis en vaardigheden bezit. Met betrouwbaarheid bedoelen zij de mate waarin een object gezien wordt als een eerlijke bron van informatie, producten, diensten en andere zaken. Aantrekkelijkheid heeft betrekking op de mate waarin een object gewaardeerd is door sympathiek gedrag, ambitie, volharding, nuttigheid en andere karakteristieken die te maken hebben met personality.

Het effect dat geloofwaardigheid heeft op de persuasieve resultaten is niet constant, maar varieert per situatie. Onderzoekers hebben tenminste twee factoren geïdentificeerd die dat effect beïnvloeden. De eerste zit aan de kant van de ontvanger en is opnieuw betrokkenheid. De tweede factor is van een heel andere orde. Deze factor komt van de kant van de zender. Het is de timing van het bekendmaken van de identiteit van de zender.

Betrokkenheid

Volgens het Elaboration Likelihood Model van Petty en Cacioppo speelt de geloofwaardigheid van de zender een rol in situaties van lage betrokkenheid. In deze situatie besteden mensen relatief weinig aandacht aan de inhoud van een boodschap en worden ze geleid door zogenaamde perifere cues, de condities waarin een boodschap wordt gepresenteerd. Een van deze condities is de geloofwaardigheid van de bron (Perloff, 2003). Maathuis (1999) laat echter zien dat ook in omstandigheden van hoge betrokkenheid de geloofwaardigheid van de zender een rol kan spelen. In zijn onderzoek is naar voren gekomen dat het proces en het resultaat van het attitude formatieproces weliswaar verschillend is bij omstandigheden van hoge en lage betrokkenheid, maar dat in beide situaties geloofwaardigheid wel een cruciale rol speelt.

Bekendmaking identiteit zender

De impact van de geloofwaardigheid van de zender wordt geminimaliseerd als de identiteit van de zender achtergehouden wordt voor de ontvanger. In deze situatie baseert de ontvanger zijn mening namelijk op eigen inzichten en niet op de geloofwaardigheid van de zender (O'Keefe, 2002). Het imago van Milieudefensie wanneer zij met een actie in een krantenartikel verschijnt, is onderwerp van dit onderzoek. Zij kan dus zelf geen invloed uitoefenen op het feit hoe lang gewacht wordt met het bekendmaken van haar identiteit. Dit gegeven is dan ook niet meegenomen in dit onderzoek.

De richting van de effecten van geloofwaardigheid hangt af van het feit of de boodschap een positie voorstaat waartegen de ontvanger eerst tegenstand bood of een positie voorstaat waarmee de ontvanger het in ieder geval een klein beetje eens is. Bij een counterattitudinal boodschap zal een zender met een hoge geloofwaardigheid een persuasief voordeel hebben ten opzichte van een zender met lage geloofwaardigheid. Bij een proattitudinal boodschap blijkt dat exact tegengesteld te zijn (O'Keefe, 2002).

Volgens Renkema en Hoeken (1998, zie ook O'Keefe, 2002) zijn expertise, betrouwbaarheid en aantrekkelijkheid de drie belangrijkste aspecten van het imago. Deze drie elementen vormen samen geloofwaardigheid. Deze beïnvloeder is dus de belangrijkste verklarende variabele in dit onderzoek. Belangrijk is daarnaast dat geloofwaardigheid invloed ondervindt van de mate van betrokkenheid van de respondent. Naast de geloofwaardigheid zijn er ook nog andere variabelen die een rol spelen bij de vorming van attitude.

2.5 Andere beïnvloeders van attitude

Naast de eerder genoemde beïnvloeders van attitude noemen O'Keefe (2002) en Perloff (2003) nog een aantal andere aspecten die in de gaten gehouden moeten worden. Het eerste is het citeren van bewijs. Daarbij lijkt de grote geloofwaardigheid van de bron over te springen op de zender. In veel onderzoeken is haar invloed echter klein gebleken, deze variabele wordt dan ook niet gebruikt.

Voorgestane positie

Ten tweede is de voorgestane positie van belang, de zender komt daarbij als meer expert over als de positie niet overeenkomt met de verwachtingen van het publiek betreffende deze positie. Deze variabele is vaak onderzocht en van belang gebleken (O'Keefe, 2002; Perloff, 2003), zij wordt dus wel gebruikt.

Liking

Ten derde noemen O'Keefe (2002) en Perloff (2003) liking, een aardige persoonlijkheid, deze heeft invloed op de betrouwbaarheid van de zender. Verschillende onderzoeken suggereren echter tenminste drie voorbehouden op het effect van liking op persuasieve resultaten. Als, om te beginnen, de beoordeling van de mate van liking botst met de geloofwaardigheid, dan heeft de laatste een grotere invloed op resultaten van een overredingsactie. Ten tweede wordt het effect van de aardigheid van de zender geminimaliseerd als het onderwerp relevanter wordt voor de ontvanger. Tenslotte kunnen onaardige zenders best significant effectievere overreders zijn dan aardige zenders (O'Keefe, 2002).

Gevoel van gelijkheid

Ook het gevoel van gelijkheid, op basis van bijvoorbeeld bezigheid, attitudes en andere personeigenschappen, zien O'Keefe (2002) en Perloff (2003) als een mogelijke beïnvloeder van persuasieve resultaten. Toch is uit onderzoek gebleken dat deze relatie lastig rechtstreeks te leggen is. Twee oorzaken zijn uit onderzoek naar voren gekomen. De eerste is dat de mate van gelijkheid een oneindige lijst van dimensies kent, zoals leeftijd, bezigheid, attitudes, fysiek, inkomen, persoonlijkheid, kleding voorkeuren, en zo zijn er nog een heleboel andere, enorm van elkaar verschillende dimensies, te onderscheiden (O'Keefe, 2002).

Ten tweede is uit onderzoek gebleken dat gelijkheid de persuasieve effectiviteit niet rechtstreeks beïnvloedt. Het is waarschijnlijker dat het gevoel en de mate van gelijkheid de ontvangers liking en de beoordeling van de geloofwaardigheid van de zender beïnvloedt. Vooral gelijkheid in attitude, ook als het een onderwerp betreft dat niets met de overredingspoging te maken heeft, blijkt ervoor te zorgen dat de ontvanger de zender als een aardig iemand kan zien. Wanneer een ontvanger via een gevoel van gelijkheid een groter gevoel van liking ervaart, betekent dat nog niet dat het effect van de overredingspoging zeker positief is (O'Keefe, 2002).

Het effect van gelijkheid op de ervaren expertise is ook niet zwart op wit. Twee eigenschappen van deze relatie zijn belangrijk om te bespreken. Ten eerste moet de dimensie van gelijkheid relevante invloed hebben op de beoordeling van expertise. Ten tweede zullen niet alle relevante gelijk- dan wel ongelijkheden de waargenomen expertise en betrouwbaarheid versterken respectievelijk beschadigen. Verschillende soorten ongelijkheden zullen verschillende effecten hebben op de waargenomen expertise en betrouwbaarheid, afhankelijk van de omstandigheden, er kan dus geen algemeen effect voorgelegd worden (O'Keefe, 2002).

Zowel liking als gelijkheid heeft, zoals vermeld in paragraaf 2.3, een plaats gekregen in de afhankelijke variabele betrokkenheid.

De conclusie hieruit is dat de voorgestane positie, liking en gelijkheid, de laatste twee door opname in de variabele 'emotionele betrokkenheid', zie hiervoor paragraaf 2.3, in dit onderzoek een rol spelen. Er is al een aantal beïnvloeders van attitude de revue

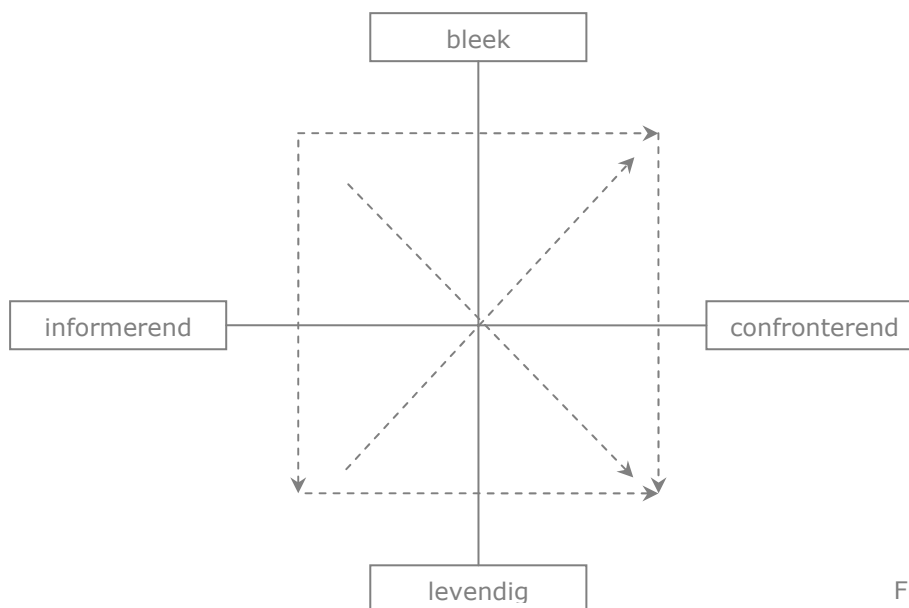
gepasseerd. Dit zijn ze echter nog niet allemaal. Ook de manier waarop iets gezegd wordt, speelt een rol bij de vorming van een attitude ten opzichte van een object.

2.6 De experimentele condities

Perloff (2003) noemt nog een ander aspect dat meegenomen moet worden. Volgens hem kan de manier waarop iets gezegd wordt, net zo belangrijk zijn voor de vorming dan wel verandering van attitude, betrokkenheid, de beoordeling van de effectiviteit van en de sympathie voor de acties als de woorden die daadwerkelijk uitgesproken worden. Dit is ook bij onderzoek naar de acties van Milieudefensie van belang. Deze vereniging probeert haar doelen met behulp van verschillende soorten acties te bereiken. De acties verschillen zowel in vorm als in karakter. In overleg met Milieudefensie is voor het verschil in karakter van de acties aan de ene kant gekozen voor de typering confronterend en aan de andere kant voor informerend. Onder confronterend verstaan Den Boon en Geeraerts (2005) "een confrontatie met de (harde) werkelijkheid inhoudend, bijvoorbeeld de confronterende beelden van de oorlog, met de neus op de feiten drukkend". Een actie is informerend als deze "attent is, opmerkelijk makend op, bijvoorbeeld in de zin: mag ik je er even op attenderen dat je morgen een afspraak hebt, dus iemand bewust maken van iets" (Den Boon & Geeraerts, 2005).

Voor de typering van de vorm is in overleg met Milieudefensie gekozen voor aan de ene kant de term 'vivid', levendig. Deze term gebruiken ook Frey en Eagly (1993). Daarmee bedoelen ze een actie die emotioneel interessant is, concreet en beeldspraak opwekkend, dichtbij zijnd op een zintuiglijke, tijdelijke en ruimtelijke manier, een actie waarbij het kennen, het ervaren van belang is. Daartegenover stellen deze onderzoekers de typering 'pallid', bleek. Een bleke actie is een actie die abstract en vriendelijk is, gericht op feitelijke argumentatie, die wetenschappelijker en definitiever klinkt en waarbij het weten van belang is (Frey & Eagly, 1993).

Als deze theorie toegepast wordt op de acties van Milieudefensie, dan blijkt dat deze allemaal in een van de experimentele condities in figuur 2.2 passen. De pijlen in het figuur geven aan dat de acties van Milieudefensie meestal een beginpunt, in de bleek informerende experimentele conditie, hebben. Wanneer dit soort acties niet de gewenste uitwerking hebben, zet de vereniging andere, meer levendige of meer confronterende acties, in om haar doelstellingen te kunnen behalen.



Figuur 2.2

De manier waarop iets gezegd wordt, speelt een zeer belangrijke rol in dit onderzoek. Dit onderzoek is opgezet als een experiment, de vorm en het karakter van de actie zijn

hierin de te manipuleren variabelen. De vraag is nu of het medium dat gebruikt wordt voor de overredingspoging ook belangrijk is voor dit onderzoek.

2.7 Het medium

Er kan vanuit gegaan worden dat variatie in het medium ook voor verschillende persuasieve resultaten zorgt. Hoewel dit een belangrijk onderwerp lijkt, blijkt er maar heel weinig onderzoek naar gedaan te zijn. De meest waarschijnlijke reden is dat het een heel lastig onderzoek is om op te zetten. Het is namelijk heel moeilijk om aan te geven welke attributen verantwoordelijk zijn voor welke geobserveerde verschillen tussen media (O'Keefe, 2002). Voor de volledigheid worden wel een aantal conclusies over dit onderwerp uit onderzoeken besproken. Deze paragraaf bespreekt echter alleen enkele waarin het geschreven woord een rol speelt, zoals in dit onderzoek.

Wanneer onderzoekers de verschillende media toch vergeleken, dan vonden ze geen grote verschillen. Er blijkt echter wel verschil in impact van de karakteristieken van de bron op de persuasieve resultaten. Bijvoorbeeld, variaties in geloofwaardigheid en aardigheid maken grotere verschillen in opgenomen boodschappen dan in geschreven boodschappen (O'Keefe, 2002).

Ten eerste is bij een opgenomen boodschap degene die communiceert meer aanwezig, zowel qua stem als qua verschijning. Dit geeft de karakteristieken van de bron een grotere rol in het overredingsproces. Het kan ook zo zijn dat bij de geschreven versie de ontvanger de mogelijkheid heeft om de tekst in zijn geheel of gedeeltelijk te herlezen. Elke keer dat de ontvanger de tekst herleest kan invloed hebben op de impact van de boodschap, misschien worden lezers dan meer gevoelig voor bijvoorbeeld de kwaliteit van de argumentatie (O'Keefe, 2002).

Als het beschreven onderwerp erg moeilijk is, dan blijkt dat de respondenten de geschreven boodschap veel beter onthouden dan de opgenomen boodschap. Ook dit zou te maken kunnen hebben met het feit dat de boodschap herlezen kan worden. Ook kan dit resultaat ontstaan doordat bij de geschreven boodschap geen afleidende dingen aanwezig zijn (O'Keefe, 2002).

Dit waren de theoretische voorspiegelingen. Alle theorie en literatuur waarvan gebruikt gemaakt wordt, is nu besproken. Hoofdstuk drie werkt de methode van onderzoek uit.

3 Methode van onderzoek

“Managers zijn zich steeds meer bewust van het belang van het imago voor hun organisatie. Zij beschikken echter niet over systematische kennis over de meetinstrumenten. Zij zouden kunnen opzoeken welke methoden allemaal in gebruik zijn, maar voor velen is het onduidelijk wat de beste methode is om het eigen imago te meten. Dit komt deels doordat er weinig theoretische publicaties zijn over meetmethoden, maar vooral omdat er zelden methoden met elkaar worden vergeleken” (Van Riel, 2003, p. 111).

Er is dan ook geen vast recept voor een goed imago-onderzoek. Het complexe karakter van het imago maakt het noodzakelijk bij elk onderzoek na te gaan welke dimensies een rol spelen en welke relatiegroepen van belang zijn (Cramwinckel & Nelissen, 1994). In dit onderzoek wordt imago gezien als attitude. De meettechnieken, waarmee de attitude gemeten kan worden, kunnen worden onderverdeeld in directe, quasi directe en indirecte technieken. De directe meetmethode vraagt de respondent direct om een evaluatieve beoordeling van een attitudeobject. De quasi directe attitude meettechniek stelt, zoals de directe meetmethode, attitude vast door het ontlokken van informatie die duidelijk attitude relevant is en die een rechtstreekse basis inhoudt voor de attitudevaststelling. De indirecte techniek stelt de attitude niet vast door het direct ontlokken van een evaluatie van het attitudeobject of zelfs door het ontlokken van informatie die duidelijk relevant is voor een complete evaluatie, maar met behulp van soms grote omwegen, dus indirecte middelen (O’Keefe, 2002). Voor dit onderzoek is de quasi directe meetmethode de meest geschikte. De reden daarvoor is verderop in dit hoofdstuk uitgewerkt.

Hoewel bij praktijkgericht onderzoek het experiment over het algemeen niet zo een grote rol speelt, is deze bijzondere vorm van toetsend onderzoek zeer geschikt voor dit onderzoek. Een experiment onderzoekt wat de invloed is van een bepaalde variabele op een situatie. Daarbij is het wel van belang dat de onderzoeker deze zogenaamde onafhankelijke variabele kan beïnvloeden (Hogendoorn, 1991). Omdat de vorm en het karakter van de actie de onafhankelijke variabelen zijn en de onderzoeker deze kan beïnvloeden, is voor dit onderzoek het experiment zeer goed bruikbaar. Dit onderzoek is dan ook als experiment opgezet. Een tweede reden daarvoor is dat een experiment probeert oorzakelijke verbanden op te sporen (Hogendoorn, 1991). Omdat de probleemstelling aangeeft dat de onderzoeker op zoek is naar het verband tussen attitude en de soort actie, is de keuze voor het experiment een logische. Bij een experiment is het tenslotte van belang dat de onderzoeker de respondenten zoveel mogelijk op basis van toeval, random, toewijst aan een van de vier experimentele condities (Van der Velde, Jansen & Telting, 2000). Paragraaf 3.4 gaat verder in op de procedure betreffende de toewijzing van de vragenlijst aan de respondenten.

Dit hoofdstuk bespreekt de totale opzet van het onderzoek. Daarbij besteedt paragraaf 3.1 aandacht aan de vooronderzoeken en paragraaf 3.2 aan de gebruikte tekstmaterialen. Paragraaf 3.3 werkt het gebruikte onderzoeksinstrument, de enquête, uit. Vervolgens komen werving en selectie van de respondenten in paragraaf 3.4 aan bod. Omdat alleen het noemen van het onderzoeksinstrument niet veel duidelijkheid geeft, sluit paragraaf 3.5 af met een bespreking van de verschillende onderdelen van de enquête.

3.1 De vooronderzoeken

Voordat begonnen kan worden met de bespreking van de methode van onderzoek, is het handig om eerst de gebruikte vooronderzoeken te bespreken. In dit hoofdstuk wordt vaak verwezen naar deze vooronderzoeken. Door deze nu te bespreken, is duidelijk waaraan de onderzoeker refereert.

Vooronderzoek 1

Uit het archief van Milieudefensie zijn 55 artikelen geselecteerd. Deze hadden alle een actie als onderwerp. De selectiecriteria, die van tevoren opgesteld waren, zijn opgenomen als bijlage V. Vervolgens zijn deze in twee groepen verdeeld en voorgelegd aan tien pretesters. De ene groep van vijf kreeg 28 artikelen te beoordelen, de andere 27. De artikelen waren in willekeurige volgorde gelegd. De pretesters beoordeelden in hoeverre ze de beschreven acties levendig dan wel bleek vonden en in hoeverre deze confronterend dan wel informerend waren. Het resultaat van deze pretest was een lijst van zeven acties die de pretesters in de uithoeken van de vier experimentele condities plaatsten, dus die ze bijvoorbeeld als heel erg levendig en heel erg informerend beoordeelden. Voor een verduidelijking van het systeem met de experimentele condities geeft figuur 2.2 een visuele weergave.

Vooronderzoek 2

Pretest twee legde deze zeven artikelen voor aan een nieuwe groep van tien testers. Ook zij dienden aan te geven hoe levendig of bleek en confronterend of informerend ze een actie vonden. Ook kregen ze veertien persoonskenmerken voorgelegd. Zij dienden aan te geven in hoeverre ze deze kenmerken bij Milieudefensie vonden passen. Het resultaat van deze pretest was een selectie van vier acties, die als meest levendig en confronterend, meest levendig en informerend, meest bleek en confronterend en meest bleek en informerend werden beoordeeld. Deze dienden vervolgens als blauwdruk voor de stimuli van het experimentele onderzoek.

Vooronderzoek 3

De derde pretest legde de vier overgebleven artikelen elk voor aan tien pretesters. Zij dienden aan te geven in hoeverre ze, na het lezen van het artikel, 26 persoonskenmerken bij Milieudefensie vonden passen. Tevens dienden ze aan te geven hoe belangrijk ze het vonden dat een natuur- en milieuorganisatie als Milieudefensie dit bepaalde kenmerk bezit. Vervolgens is een objectieve controle op deze kenmerken uitgevoerd. Ten eerste om te kijken of de numerieke waarden goed toegewezen zijn en ten tweede om te kijken of de stellingen gedifferentieerd zijn. Daarvoor is er een betrouwbaarheidsanalyse uitgevoerd, waarbij de correlatiecoëfficiënt van elke stelling met de doelvariabele berekend is. Een negatieve coëfficiënt betekent dat de numerieke waarden niet goed toegewezen zijn en dat de '1' en '5' waarden omgedraaid moeten worden. Een nul of lage correlatie betekent dat de stelling niet meet wat de overige stellingen meten. Deze draagt dus niet bij aan de schaal (Likert, 1967). Uiteindelijk zijn de vijftien persoonskenmerken geselecteerd die het best de attitude aangaven.

Aan de hand van deze resultaten is het stimulusmateriaal, dus de vier artikelen, geschreven. Naar aanleiding van de laatste pretest is een belangrijk onderdeel van de enquête gemaakt.

Pilottest

Nadat de vragen in de enquête waren vastgesteld, is een pilottest uitgevoerd. Een pilottest houdt in dat het gerealiseerde ontwerp, een prototype of een concept ervan, op zijn hanteerbaarheid en op mogelijke gebreken wordt onderzocht om vervolgens te besluiten tot productie of uitwerking en revisie ervan (Schellens, Klaassen & De Vries, 2000). De schriftelijke vragenlijst is hierbij door tien personen getest op begrijpelijkheid en volledigheid. Hun taak was om onduidelijkheden, schrijffouten, rare zinsconstructies en andere moeilijkheden en fouten uit de vragenlijst te halen. Ook is hun gevraagd na te denken of er, naar hun mening, nog vragen toegevoegd dan wel geschrapt kunnen worden. Naar aanleiding van de reacties van de proefpersonen bleek het slechts nodig een aantal kleine aanpassingen te maken. Het resultaat was, na het verbeteren en aanpassen van de aangegeven dingen, de uiteindelijke enquête.

Invultijd

Tenslotte hebben vijf mensen de uiteindelijke enquête gemaakt om te kijken hoeveel tijd het invullen van deze maximaal kost. De langzaamste was daar ongeveer twaalf minuten mee bezig. Omdat de respondenten in de trein last kunnen hebben van de omgevingsgeluiden en daardoor afgeleid kunnen worden, is besloten de respondenten minstens een kwartier de tijd te geven.

Al deze vooronderzoeken hebben geresulteerd in een enquête en in het stimulusmateriaal. De volgende paragrafen gaan hier verder op in. Om te beginnen gaat paragraaf 3.2 in op de gebruikte tekstmaterialen.

3.2 Tekstmaterialen

De basis van het experiment zijn artikelen waarin een actie van Milieudefensie besproken is. Speciaal voor dit experiment zijn vier verschillende artikelen geschreven, uit elke experimentele conditie één. Zoals al vermeld variëren deze alleen van elkaar door de vorm en het karakter van de beschreven actie. In overleg met Milieudefensie is als basis gekozen voor een levendige en confronterende actie in het Groene Hart uit 2004. De kranten die hierover berichtten, waren het NRC-Handelsblad en Ravage. Het NRC-Handelsblad publiceerde het op 22 juni 2004 (Schreuder, 2004). Dit artikel is opgenomen als bijlage III. Omdat in dit artikel niet veel verteld wordt over de actie, is ervoor gekozen om bij het herschrijven van het artikel ook gebruik te maken van het artikel uit Ravage van 2 juli 2004. Dit artikel is opgenomen als bijlage IV. Bij het schrijven van de artikelen is gebruik gemaakt van de eisen voor een nieuwsbericht die het Basisboek Journalistiek van Kussendrager en Van der Lugt (2002) vermeldt.

Het stimulusmateriaal varieert alleen wat betreft de vorm en het karakter van de actie. Dat betekent dat de inhoud en niet de manier van schrijven is afgewisseld. Dit laatste bleek niet nodig, omdat uit vooronderzoek is gebleken dat de respondenten heel goed kunnen aangeven wat voor vorm en karakter een actie heeft. Daarbij werden het onderwerp van de actie en het blad, dat het artikel publiceerde, en dus de manier van schrijven afgewisseld. De pretesters beoordeelden alle bijeenkomsten, informatie- en discussieavonden en openbare conferenties als bleek en informerend. Elke demonstratie is gezien als een levendige en confronterende actie en elk kort geding of rechtszaak als een confronterende en bleke actie. Om dit te kunnen concluderen zijn in de pretest een aantal malen artikelen uit verschillende kranten of bladen meegenomen die over dezelfde acties berichtten. Zo plaatste zowel het Witte Weekblad editie Uithoorn (2004, 1 juli) en Ravage (2004, 23 juli) de aankondiging voor autoloze zondag. De pretesters plaatsten de actie beide keren in de levendige en confronterende experimentele conditie. Ook het Noord-Hollands Dagblad editie Alkmaarsche Courant (2004, 23 juli) en het Friesch Dagblad (2004, 9 augustus) berichtten beide over dezelfde actie, namelijk de uitgifte van de 'Koop Schoon Kaart' tegen vervuild eten. De pretesters beoordeelden naar aanleiding van beide artikelen dat deze actie in de levendige en informerende experimentele conditie behoorde, tegen het bleke aan.

De tweede verklaring gaat in op het feit dat dit ontwerp geen heldere causale attributies toestaat, omdat de manipulatie van de te meten variabele automatisch ook andere, er niet toe doende, variabelen manipuleert. Zo kan zelfs een verschil in lengte van de boodschap van belang zijn (O'Keefe, 2002). Om dit tegen te gaan, is geprobeerd elk artikel op dezelfde manier te schrijven. Zo zijn alle artikelen verslagen van een actie van Milieudefensie en dus naderhand geschreven. Alle hebben een kop en een lead meegekregen en hebben ze de bebouwing van het Groene Hart als hoofdonderwerp. Tenslotte komt in geen enkel artikel een citaat voor.

Ook het totale aantal woorden, het aantal woorden in de lead, het aantal keren dat het artikel Milieudefensie en het Groene Hart noemt, variëren zo min mogelijk. De lengte van de artikelen varieert van 125 tot 127 woorden. Het aantal woorden in de lead loopt van 26 tot 30. De naam Milieudefensie wordt in elk artikel twee keer vermeld, een keer in de

lead en een keer in de laatste alinea. De naam van het Nationale Landschap het Groene Hart wordt in elk artikel drie keer genoemd. Tenslotte gaat elk artikel in op het feit dat de nieuwe Nota Ruimte van minister Dekker kleinschalige nieuwbouw in de nu nog beschermde Nationale Landschappen toestaat. De vier artikelen, die het stimulusmateriaal voor dit experiment vormen, zijn opgenomen als bijlage II.

De herkomst en de opzet van de artikelen die als stimuli gebruikt worden, zijn nu beschreven. Maar welk onderzoeksinstrument gebruikt dit onderzoek om tot beantwoording van de onderzoeksvragen en uiteindelijk de probleemstelling te komen?

3.3 Onderzoeksinstrument

In de inleiding van dit hoofdstuk is al aangegeven dat de quasi directe meetmethode gekozen is om dit experiment tot een einde te brengen. Het grote voordeel van het gebruik van de quasi directe meetmethode, is dat uit de antwoorden meer informatie te halen is dan uit de antwoorden van de directe of indirecte techniek (O'Keefe, 2002). Wanneer een persoon met een negatieve attitude richting Milieudefensie bijvoorbeeld antwoordt, dat hij vindt dat deze organisatie 'niet bekwaam', 'te vertrouwen' en 'eerlijk' is, dan weet Milieudefensie wat de reden voor de negatieve attitude is. Uit voorgaand onderzoek is gebleken dat 73 procent van de potentiële leden van Milieudefensie aangeeft bekend te zijn met deze organisatie. Na doorvragen kwam naar voren dat uiteindelijk 59 procent van de mensen, dat geen lid is, weet wat Milieudefensie is. Bijna de helft van deze laatste groep weet enkele activiteiten of acties te noemen (Co-efficient, 1999). Hieruit blijkt dat Milieudefensie niet een enorm grote bekendheid geniet. Daarom is het handig dat de respondenten voor de quasi directe meetmethode slechts een bescheiden mate van betrokkenheid of vertrouwdheid met de organisatie, die ze evalueren, nodig hebben (Van Riel, Stroeker & Maathuis, 2001).

Er is gekozen voor de enquête als meetinstrument. Daarvoor zijn drie redenen. De eerste is dat de populatie van mensen die lid zijn of lid willen worden van een milieuorganisatie uit twee miljoen mensen bestaat. Om uit deze groep een representatieve steekproef te trekken, is een groot aantal respondenten gewenst. Met behulp van een schriftelijke vragenlijst kunnen tegen relatief lage kosten en weinig tijd, in vergelijking met interviews en focus groepen, veel gegevens van een groot aantal respondenten verkregen worden. Ten tweede adviseert Van Riel (1992) om bij een gemiddeld niveau van elaboratie, dus wanneer imago wordt beschouwd als attitude, imago te meten met behulp van attitudevragenlijsten. Tenslotte is het aantal te meten variabelen groot. Wanneer men over een groot aantal verschillende onderwerpen informatie wil verkrijgen, is een vragenlijst een handig instrument. Er kan in een kort tijdsbestek antwoord gegeven worden op een groot aantal vragen.

In het algemeen geldt dat de schriftelijke vragenlijst een beter resultaat geeft op de indicatoren accuraatheid, afwezigheid van sociale wenselijkheid en overeenkomst in antwoordverdelingen. Verder lijkt het erop dat de schriftelijke vragenlijst betere gegevens levert wanneer de vragen gevoelig zijn, ook blijken de antwoorden iets accurater te zijn. Daar staat tegenover dat vaker een vraag niet beantwoord wordt (De Leeuw, 1989).

Dit experiment zet dus de enquête als meetinstrument in. Deze enquête bestaat uit meerdere onderdelen, die paragraaf 3.4 bespreekt. De totale enquête is opgenomen als bijlage I.

3.4 Onderdelen van het meetinstrument

Het meetinstrument, de enquête, bestaat uit een aantal onderdelen. Om tot de beantwoording van de onderzoeksvragen te komen, hebben een aantal een eigen onderdeel gekregen. Deze worden in deze paragraaf per onderzoeksvraag uiteen gezet. Voor de duidelijkheid is de volgorde van de enquête aangehouden. Voor een overzicht van de enquête wordt verwezen naar bijlage I.

Belang milieu

Voor de beantwoording van de vijfde onderzoeksvraag is gekozen voor de operationalisering door middel van het begrip milieuattitude. In dit experiment is dit begrip door middel van twee vragen geoperationaliseerd.

Ten eerste is er de rechtstreekse vraag naar de ernst van de milieuproblematiek. Veel mensen noemen milieu- en aanverwante problemen ernstige onderwerpen op het moment dat daarnaar door middel van een gesloten vraag wordt gevraagd. Bij een open vraag naar welk probleem men serieus acht, noemt een veel kleiner deel een milieu gerelateerd probleem (Van der Meer, 1981). Om de verwerking te vergemakkelijken en een vergelijking te kunnen maken met andere maatschappelijke issues, is voor dit onderzoek gekozen voor de gesloten vraagvorm. Daarbij moet de respondent aangeven welk maatschappelijk issue hij, qua belangrijkheid, op plaats een, twee en drie zou zetten. Uiteindelijk zijn twaalf issues in de enquête opgenomen. Dit zijn voorbeelden van maatschappelijke issues die in de enquête genoemd zijn: veiligheid, normen en waarden, gezondheidszorg en natuurlijk milieu en natuur. Al deze problemen, op milieu en natuur, zijn overgenomen uit de samenvatting van het Sociaal en Cultureel Rapport 2004 van het Sociaal Cultureel Planbureau (2004, 9 november).

Belang milieuprobleem

Daarnaast is er de vraag naar de mate van noodzaak die men ervaart om bepaalde milieuproblemen op te lossen (Van der Meer, 1981). Daarvoor zijn door Milieudefensie de dertien, volgens haar, belangrijkste problemen geselecteerd en in willekeurige volgorde aan de respondenten voorgelegd. Om een idee te geven is voor elk campagnegebied een voorbeeld benoemd. 'Energie en klimaat' brengt bijvoorbeeld als probleem gemeenten die te weinig het goede voorbeeld geven met betrekking tot het klimaat. 'Ruimte en landschap' noemt het verdwijnen van groene ruimte ten behoeve van woningbouw. Het campagneteam 'landbouw en voedsel' draagt de stoffen in consumentenproducten die schadelijk zijn voor mens en milieu aan. 'Verkeer en vervoer' noemt de toename van het vliegverkeer als belangrijk probleem en tenslotte noemt 'gevaarlijke stoffen' de transporten met gevaarlijke stoffen door dichtbevolkte gebieden.

Attitude

Voor het meten van attitude dient gebruik gemaakt te worden van de expliciete meetmethode. Dat betekent dat eerst attributen, die van belang zijn voor de vorming van attitude, geïdentificeerd worden en deze worden vervolgens in de vorm van statements voorgelegd aan de respondenten (Van Riel, 2003).

De meetmethode die gebruikt wordt bestaat uit attitudevragenlijsten met daarop overwegingen en waarderingen. De respondent geeft van elk van de statements aan in welke mate hij het ermee eens is. De attitude wordt dan verkregen door de uitspraken te wegen en op te tellen. De weging kan op verschillende manieren tot stand komen. In het attitudemodel van Fishbein en Ajzen wordt de respondent gevraagd om, naast een oordeel over de attributen ten aanzien van een bepaald imageobject, een waardering van ieder attribuut aan te geven. De waardering van het attribuut is het gewicht dat aan dit attribuut wordt toegekend.

In formulevorm (Van Riel, 2003, p. 118):

$$A = \sum_{i=1}^n O(i) \times W(i)$$

A = de attitude;

O(i) = het oordeel over attribuut i;

W(i) = de waardering van attribuut i.

Uit onderzoek blijkt dat dit model de afhankelijke variabele attitude meestal goed voorspelt. Deze onderzoeken, met een grote variatie aan onderwerpen, zoals politieke voorstellen, politieke kandidaten en consumentenproducten, resulteerden allemaal in een matig tot sterke positieve correlatie van 0,55 tot 0,80 (O'Keefe, 2002).

De verwerking van de beoordeling van de stellingen gebeurt met behulp van een schaal die loopt van -2 tot +2. Uit onderzoek blijkt dat het gebruik van deze schaal voor zowel het oordeel over het attribuut als voor de waardering tot de beste correlatie tussen $\sum O(i)W(i)$ en attitude met zich meebrengt. Een verklaring hiervoor is dat het effect van die variabele, waarvan de respondenten niet of niet zeker weten of deze bij de organisatie past, helemaal uit de score verwijderd wordt. Als zo een variabele op de standaardlijst voorkomt, is een kruisje in het middelste vak het meest logische antwoord. In deze schaal krijgt dit antwoord de score nul. Dit heeft als effect dat die variabele geen impact op de voorspelde attitude van de respondent heeft (O'Keefe, 2002).

Deze manier van imago-onderzoek is populair en wordt vaak uitgevoerd. De reden daarvoor is dat het duidelijk is, eenvoudig te doen voor respondenten en makkelijk te analyseren. Bovendien laat het heldere resultaten zien (Van Riel, Stroeker & Maathuis, 2001).

Attitudeschalen zijn ook nuttig, omdat ze kenmerken definiëren die consumenten belangrijk vinden. Door de metingen iedere een of twee jaar te herhalen kan Milieudefensie haar prestatie ten aanzien van deze eigenschappen volgen en evalueren. Deze manier van meten is eigenlijk een soort prestatiemeting (Van Riel, Stroeker & Maathuis, 2001). Milieudefensie wil weten wat haar prestatie wat betreft attitude is wanneer de respondenten een artikel lezen waarin een van haar acties het onderwerp is.

Geloofwaardigheid

Zoals al vermeld in paragraaf 2.1 is de belangrijkste afhankelijke variabele het imago. De drie belangrijkste aspecten van imago zijn betrouwbaarheid, expertise en aantrekkelijkheid (O'Keefe, 2002). Dit experiment berekent elk aspect met de 5-puntsschaal van Likert om aan te geven of ze het eens of oneens zijn met vijf positieve stellingen over Milieudefensie. De vijf items, die naar aanleiding van de pretesten geselecteerd zijn, betreffen voor het aspect betrouwbaarheid: onbevooroordeeld, reëel,

eerlijk, niet egoïstisch en te vertrouwen. Voor het aspect expertise zijn de volgende items uitgekozen: op de hoogte, vakkundig, bekwaam, ervaren en intelligent. Tenslotte geven ambitieus, sympathiek, volhardend, nuttig en actief het aspect aantrekkelijkheid weer. De items van de drie aspecten van imago zijn in de enquête geordend door toeval (Renkema & Hoeken, 1998; O'Keefe, 2002; Perloff, 2003). Perloff (2003) heeft uiteengezet wat de Likertschaal inhoudt. Likert raadde onderzoekers aan om een groot aantal opiniestellingen te bedenken en individuen te vragen hun mate van instemming aan te geven op een numerieke schaal. Een Likertschaal gaat ervan uit dat elk item dezelfde onderliggende attitude betreft en dat er significante relaties bestaan tussen de items. Het gaat er dan ook vanuit dat er gelijke intervallen bestaan tussen de categorieën. Daarbij wordt er vanuit gegaan dat het psychologische verschil tussen 'zeer mee eens' en 'mee eens' gelijk is aan 'zeer mee oneens' en 'mee oneens'. De Likertschaal kan lopen van 1 tot 5, maar ook van 1 tot 7 of 1 tot 100. De meeste onderzoekers prefereren de 5- of 7-punts schaal, omdat deze de respondenten toestaan grijze schaduwen in hun opinies aan te geven, maar niet zoveel categorieën aanbieden dat de mensen zich overvallen voelen door de hoeveelheid keuzen (Perloff, 2003). Er is gekozen om de respondenten niet de mogelijkheid te geven om weet niet/ geen mening te antwoorden. De reden daarvoor is dat de mensen die gebruik maken van die antwoordmogelijkheid niet meegenomen kunnen worden in de verdere analyses, omdat ze niet vergelijkbaar zijn met de mensen die alle vragen beantwoord hebben. Het nadeel hiervan is dat de kans bestaat dat mensen een vraag overslaan en dan zijn de resultaten ook niet vergelijkbaar.

Bij deze vraag is het van belang dat de respondenten zo min mogelijk hoeven na te denken en de vragen op intuïtie invullen. Om het invullen te vergemakkelijken, is ervoor gekozen de vraag in twee delen te presenteren. Eerst geven de respondenten aan in hoeverre ze, na het lezen van het krantenartikel, vijftien persoonskenmerken bij Milieudefensie vinden passen. In vraag vier is het vervolgens de bedoeling dat ze invullen hoe belangrijk ze het vinden dat een natuur- of milieuorganisatie als Milieudefensie deze vijftien eigenschappen bezit. Het apart aanbieden van deze twee zaken vergemakkelijkt het beantwoorden van de vraag en bevordert daarmee het gebruik van intuïtie.

Betrokkenheid

De betrokkenheid speelt een belangrijke rol bij de sterkte van het imago. Het wel of niet lid zijn van Milieudefensie of een andere milieubeweging geeft aan dat de respondent een bepaalde betrokkenheid bij het onderwerp milieu heeft. Omdat er ook mensen aan de enquête deelnemen die geen lid of donateur zijn, maar dat best zouden willen zijn, is ook nog op een andere manier naar de betrokkenheid bekeken. Betrokkenheid wordt dan gezien als een samengestelde maat bestaande uit twee elementen. De eerste is 'emotionele betrokkenheid', waarmee de mate waarin het probleem de gevoelens raakt, bedoeld wordt (De Rooij, 1991). In de enquête zijn de vragen 'ik voel mij verwant aan Milieudefensie', 'Milieudefensie heeft een aardige uitstraling' en 'ik voel mijn betrokken bij de standpunten en doelen van Milieudefensie' opgenomen. Die zoeken naar deze emotionele kant van betrokkenheid. De tweede is belangstelling, waarvoor meestal als gangbare term 'actiebereidheid' wordt gebruikt, hiermee wordt dan de geneigdheid actie te ondernemen in verband met het probleem bedoeld (De Rooij, 1991). Dit ligt dicht bij de term steun. Ook aan dit element van betrokkenheid zijn drie vragen gewijd. Dit zijn 'ik zou de in het artikel beschreven actie steunen', 'ik zou het doel van de actie steunen' en 'ik zou de organisatie Milieudefensie steunen. De mate waarin de Vereniging Milieudefensie de gevoelens van de respondent raakt, is vervolgens te berekenen door de antwoorden op de eerste drie vragen op te tellen. Op dezelfde manier is ook het element belangstelling te benaderen. De uiteindelijke betrokkenheid van de betreffende respondent is tenslotte te berekenen door deze beide elementen op te tellen.

Effectiviteit en sympathie acties

De derde en vierde afhankelijke variabele in dit experiment zijn de beoordeling van de effectiviteit van en de sympathie voor de acties. Om deze te berekenen, is een vraag opgenomen waarin de respondenten kunnen aangeven in hoeverre zij de verschillende

actievormen effectief en sympathiek vinden. In overleg met Milieudefensie is een lijst samengesteld van alle actievormen waarvan zij gebruik maakt. Zowel levendige als bleke als confronterende als informerende acties zijn in deze lijst opgenomen. Uiteindelijk is dat een lijst van acht uiteenlopende actievormen geworden. Het opwerpen van een blokkade bij bedrijven of overheidsinstanties, het houden van een handtekeningenactie en het doen van onderzoek of het uitgeven van rapporten zijn een kleine selectie van de acties die bij deze vraag opgenomen zijn.

De controle van de experimentele manipulatie

Het eerste onderdeel van het onderzoek bestond uit het selecteren van 55 artikelen uit het archief van Milieudefensie. De belangrijkste eis, waaraan deze artikelen dienden te voldoen, was dat het een actie, in de breedste zin van het woord, van Milieudefensie als onderwerp had. In het eerste vooronderzoek beoordeelden pretesters deze acties vervolgens op het karakter en de vorm. Dat betekent dat ze moesten aangeven in hoeverre ze aan de ene kant een actie als confronterend of informerend beoordeelden en aan de andere kant een actie bleek dan wel levendig vonden. Mede aan de hand van de uitkomsten van deze test zijn de tekstmaterialen, besproken in paragraaf 3.2, geschreven.

Om er zeker van te zijn dat de respondenten op dezelfde manier als de pretesters naar de vier stimuli kijken, is vraag 15 in de enquête opgenomen. In deze vraag moeten de respondenten aangeven in hoeverre ze een typering bij de besproken actie vinden passen. Daarvoor zijn twaalf typeringingen opgenomen, die allemaal andere woorden voor de vorm en het karakter van een actie inhouden. Deze typeringingen zijn unipolair gepresenteerd. Het is in deze termen namelijk lastig aan te geven welke twee termen aan elkaar tegengesteld zijn.

Levendig is beschreven als krachtig, beeldend, origineel en vitaal. Ook de term levendig is een duidelijke, dus deze is gebruikt. Bleek is opgenomen als gericht op feitelijke argumentatie, kleurloos en mat/bleek. Informerend is beschreven als attenderend op iets en voornamelijk informerend en tenslotte is confronterend omschreven als met de neus op de feiten drukkend en voornamelijk confronterend.

De termen, die gebruikt worden om de typeringingen voor het karakter en de vorm van de acties te omschrijven, zijn afkomstig uit drie bronnen. Vier van de acht typeringingen voor bleek en levendig zijn overgenomen uit het artikel van Frey en Eagly (1993). Ook de pretesters gebruikten de termen levendig, beeldend, gericht op feitelijke argumentatie en mat/bleek bij de beoordeling van de artikelen. Om de vraagstelling te versterken en te verduidelijken is met behulp van Den Boon en Geeraerts (2005) gezocht naar synoniemen en andere typeringingen voor levendig en bleek. De typeringingen vitaal, kleurloos en krachtig zijn het resultaat van deze zoektocht.

De typeringingen, die gebruikt worden om confronterend en informerend te beschrijven, werden al gebruikt door de pretesters. Deze bleken na een test nog steeds bruikbaar. Zij zijn afkomstig uit Den Boon en Geeraerts (2005) en betreffen de vertalingen en synoniemen van de gebruikte termen voor het karakter van de actie.

Wanneer de respondenten de acties anders beoordelen dan de pretesters, geeft dit aan dat de geschreven stimuli niet werken zoals in dit experiment de bedoeling is. Kortom, de basis onder het onderzoek valt weg. Deze vraag draagt dan ook een grote belangrijkheid in zich.

De profilering

Het bestuur van Milieudefensie heeft 'milieu' en 'met mensen' verkozen tot de belangrijkste elementen binnen de profilering (Van Kuik, 2004). De vraag, die daarbij naar voren komt, is of de mensen Milieudefensie wel geloofwaardig vinden als zij het artikel lezen en deze twee belangrijkste elementen van de profilering eraan toevoegen. Deze vraag is op een directe manier gesteld. De respondenten moeten de volgende twee vragen beantwoorden: "het doel van Milieudefensie is een eerlijke verdeling van milieu gebruiksruimte, een schone wereld waar het goed toeven is voor iedereen en waarin

mensen en milieu niet ondergeschikt zijn aan de economie. In hoeverre vindt u dat zij, na het lezen van het krantenartikel, geloofwaardig overkomt?" en "Milieudefensie wil zoveel mogelijk mensen betrekken bij haar activiteiten. In hoeverre vindt u dan dat Milieudefensie geloofwaardig overkomt?".

Vervolgens vormen een aantal algemene vragen het einde van de enquête. Deze moeten zorgen voor een goede weergave van de respondenten. Daarbij vullen ze leeftijd, geslacht en opleidingsniveau in. Daarnaast geven ze aan of wel of geen lid van Milieudefensie zijn en of ze wel of geen lid van een andere natuur- en milieuorganisatie zijn. Tenslotte sluit de tekst "nog een goede reis en hartelijk bedankt voor uw medewerking" de enquête af.

Maar wie gaan deze enquête eigenlijk invullen? Het antwoord op deze vraag is het onderwerp van paragraaf 3.5.

3.5 Werving en selectie respondenten

De respondent, zonder wie geen enkel sociaal-psychologisch onderzoek uitgevoerd kan worden, is onderwerp van deze paragraaf. Daarin komt naar voren hoeveel respondenten nodig zijn, waar de onderzoeker ze vindt en op welke manier hij ze benadert. Ook de manier, waarop de werving uiteindelijk echt is gegaan, bespreekt deze paragraaf.

Volgens Dijkstra en Smit (1999) hangt het aantal benodigde respondenten af van de nauwkeurigheid waarmee de onderzoeker schattingen wil maken. Daarnaast geven zij aan dat het bekend is dat onderzoekers vaak alleen maar geïnteresseerd zijn in het al dan niet aanwezig zijn van verbanden tussen de variabelen; het is van minder belang hoe sterk dat verband is. Ook in dit onderzoek gaat dat op. Verhoeven (2004) voegt toe dat als de onderzoeker een kwantitatief onderzoek uitvoert, wat hier het geval is, de steekproef voldoende groot moet zijn om er statistische analyses op uit te voeren. Ook Van Riel, Stroeker en Maathuis (2001) geven aan dat, om betrouwbare resultaten te krijgen bij het gebruik van de quasi directe meetmethode, het wel nodig is om een redelijk grote groep respondenten te krijgen.

Milieudefensie heeft aangegeven dat zij graag ziet dat de meeste respondenten tot de club van twee miljoen behoren. Dat is een groep mensen die heeft aangegeven lid te zijn of lid te willen zijn van een natuur- of milieuorganisatie. Dat betekent dat niet alleen leden en donateurs onderdeel van dit experiment kunnen zijn. Het gebruik van de database van Milieudefensie is daardoor geen optie. Om toch tot een gevarieerde groep respondenten te komen, is gekozen om de enquête in de trein, bij 25 mensen per stimulus, uit te zetten.

Maar niet elk treintraject komt in aanmerking voor deelname aan het onderzoek. Er rijzen namelijk twee problemen bij het enquêteren in de trein. Het eerste probleem ontstaat als reizigers moeten uit- of overstappen voordat de enquête in zijn geheel ingevuld is. Dit probleem is ondervangen door van tevoren de gehele enquête door vijf mensen in te laten vullen. Op die manier is tot een uiterste invultijd gekomen. De langzaamste deed ongeveer twaalf minuten over het invullen van de vragenlijst. Deze uitkomst geeft aan dat alleen die treintrajecten bruikbaar zijn waarbij tussen vertrek en aankomst op het eerstvolgende station ruim twintig minuten zitten. Op die manier is er genoeg tijd de enquête aan meerdere mensen voor te leggen en hun de tijd te geven deze zorgvuldig in te vullen. De respondenten krijgen daardoor minstens vijftien minuten de tijd om alles in te vullen. In de praktijk betekent dit dat soms niet alle mensen in de coupé een vragenlijst voorgelegd krijgen. De trajecten die in aanmerking komen, zijn geselecteerd via de routeplanner van de Nederlandse Spoorwegen (z.d.). Het tweede probleem betreft de enorme drukte in sommige treinen tijdens de ochtend- en avondspits. Dit is ondervangen door in het onderzoek alleen treinen te betrekken die tussen 10.00 uur en 16.00 uur rijden.

Het is nog van belang te melden dat van tevoren de vier versies in willekeurige volgorde gelegd zijn, waardoor het voor de onderzoeker niet bekend is wie welke versie ontvangt. Ook is daardoor de kans niet zo groot dat mensen, die bij elkaar in de buurt zitten, dezelfde versie onder ogen krijgen. Tevens is aan de respondenten niet bekend gemaakt dat ze deelnemen aan een experiment. Daardoor denken ze, hopelijk, dat ze allemaal dezelfde vragenlijst invullen.

Tenslotte is er na het invullen, om de mensen te bedanken voor hun medewerking, een klein presentje in de vorm van drie Chokotoffs met een kaartje eraan gegeven. Dit kaartje bevat de tekst "hartelijk dank voor uw medewerking, erg 'tof' van u!".

Procedure

De enquêtes zijn uitgezet in september en oktober 2005, verspreid over vijf dagen in de weken 39 tot en met 42 op veertien verschillende treintrajecten. De mensen die mee wilden werken, kregen allemaal een enquête uitgereikt. Deze bestond uit negen pagina's. De opbouw was voor alle experimentele condities gelijk. Dat betekent dat elke keer op pagina drie het stimulusmateriaal afgedrukt stond. De vragen en het stimulusmateriaal werden dus in een keer aan de respondenten overhandigd.

Aan het begin van deze paragraaf is uiteengezet hoe het enquêteren van tevoren bedacht is. En zo ging het in de werkelijkheid, elke keer was het scenario eigenlijk hetzelfde. Op het station werd een coupé uitgekozen waarin minimaal tien personen een plek gevonden hadden. Wanneer reizigers naast elkaar zaten, zijn ze niet meegenomen in dit onderzoek. Zij kunnen met elkaar overleggen en op die manier elkaar beïnvloeden. Die situatie is niet wenselijk. Vanaf de deur werden deze personen een voor een aangesproken of ze mee wilden werken aan dit onderzoek. Af en toe wilden ze weten wat het onderwerp van het onderzoek was. Daarop was het ingestudeerde antwoord dat het noemen van het onderwerp de resultaten van het onderzoek teveel zou beïnvloeden. Uiteindelijk wilde bijna iedereen meewerken. Af en toe hadden mensen iets anders te doen en gaven ze aan niet mee te willen of kunnen werken. Als redenen gaven ze "ik moet nog een tentamen leren", "ik moet nog iets nakijken" of "ik moet nog wat voorbereiden". Deze mensen werden vriendelijk bedankt voor hun tijd en een prettige reis gewenst. De mensen, die de enquête wel in wilden vullen, kregen van de grote stapel willekeurig een enquête uitgereikt.

Het aantal van honderd respondenten werd al snel bereikt. Daarom is besloten het aantal te ondervragen mensen per stimulus uit te breiden naar veertig. Volgens Dijkstra en Smit (1999) is dat een goed aantal. Zij geven namelijk als globale richtlijn dat minstens tien keer zoveel respondenten ondervraagd dienen te worden als er variabelen zijn. "Een variabele is daarbij een eigenschap van een individu. Een variabele kan verschillende waarden uitdrukken voor verschillende personen" (Moore & McCabe, 2001, p. 4). In de enquête zijn zeventien variabelen verwerkt, dus het uiteindelijke aantal van honderd zestig respondenten is, volgens deze globale richtlijn, een goed aantal.

Nu is duidelijk hoe het stimulusmateriaal en de vragenlijst eruit zien, hoe deze ontstaan zijn en wie de respondenten zijn en waar ze gevonden zijn. Hoofdstuk vier bespreekt de antwoorden die de honderd zestig mensen, behandeld in paragraaf 3.5, gegeven hebben.

4 Resultaten

Na het uiteenzetten van het theoretische kader en de methode van onderzoek, is het nu de beurt aan de resultaten. Honderd zestig personen hebben de enquête ingevuld. Dit hoofdstuk geeft een uitgebreid overzicht van de antwoorden die zij gegeven hebben. Daarbij komen eerst de kenmerken van de respondenten zelf aan de orde in paragraaf 4.1. Voordat de onderzoeker met de analyse van de data kan beginnen, is het verstandig na te gaan of de opzet van het onderzoek gedegen is. Daarom voert paragraaf 4.2 een analyse uit naar de betrouwbaarheid en de interne consistentie en beschrijft paragraaf 4.3 de uitkomsten van de controle van de manipulatie. Wanneer dit allemaal in orde is, gaat paragraaf 4.4 in op de resultaten betreffende de attitude, betrokkenheid, beoordeling van de effectiviteit van en sympathie voor de actievormen. Paragraaf 4.5 bespreekt de verschillen in resultaat van de vier experimentele condities. De koppeling van enkele onafhankelijke variabelen met de experimentele condities behandelt paragraaf 4.6. De gewenste profilering van Milieudefensie is het onderwerp van paragraaf 4.7. Maar wie zijn de respondenten?

4.1 Kenmerken van de respondenten

Op dit moment is het enige dat van de respondenten bekend is dat het treinreizigers zijn. Deze paragraaf bespreekt een aantal andere kenmerken van deze deelnemers, zoals leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en of ze wel of geen lid zijn van Milieudefensie. Tevens bekijkt deze paragraaf van elke onafhankelijke variabele of deze per experimentele conditie een relatie onderhoudt met de afhankelijke variabelen attitude, betrokkenheid, de beoordeling van de effectiviteit van en de sympathie voor een actievorm.

In tabel 4.1 is vermeld hoe deze personen in te delen zijn naar geslacht. Ook is meegenomen of ze wel of niet lid van Milieudefensie of een andere milieubeweging zijn.

Tabel 4.1: aantal respondenten dat lid is van Milieudefensie of een andere milieubeweging, geordend naar geslacht (n=160).

| | Milieudefensie | | andere milieubeweging | |
|--------|----------------|----------|-----------------------|----------|
| | wel lid | geen lid | wel lid | geen lid |
| Man | 14 | 56 | 32 | 38 |
| Vrouw | 24 | 66 | 56 | 34 |
| Totaal | 38 | 122 | 88 | 72 |

Uit tabel 4.1 is op te maken dat meer dan de helft (88 van 160) van de respondenten aangeeft lid te zijn van een milieuorganisatie. Daarbij valt op dat bijna een kwart van de mensen aangeeft lid of donateur te zijn van Milieudefensie. Dit is een hoger aantal dan verwacht, vooral als gekeken wordt naar het totale aantal Nederlanders, ongeveer tachtigduizend, dat lid is. Dat is namelijk één op iedere tweehonderd Nederlanders. Ook is uit de tabel op te maken dat van de deelnemers meer vrouwen dan mannen zeggen lid of donateur te zijn van een milieuorganisatie. Uit de data blijkt tenslotte dat 26 mensen lid zijn van zowel Milieudefensie als een andere milieubeweging.

In tabel 4.2 staat het aantal mannen en vrouwen per experimentele conditie afgebeeld.

Tabel 4.2: aantal respondenten per experimentele conditie, geordend naar geslacht (n=160).

| Conditie | mannen | vrouwen | totaal |
|--------------------------|--------|---------|--------|
| Levendig – informerend | 14 | 26 | 40 |
| Levendig – confronterend | 14 | 26 | 40 |
| Bleek – informerend | 24 | 18 | 42 |
| Bleek – confronterend | 18 | 20 | 38 |
| Gemiddelde | 17,5 | 22,5 | 40 |

Wanneer naar de gegevens uit tabel 4.2 wordt gekeken, lijkt het alsof de bleek informerende actie meer mannen dan gemiddeld bevat. Door middel van een chi-kwadraattoets is dat voor alle experimentele condities bekeken. Daaruit is naar voren gekomen dat het aantal mannen en vrouwen in geen enkele, dus ook niet in de bleek informerende, conditie significant verschilt met het gemiddelde in de steekproef. Bij het analyseren speelt de onafhankelijke variabele geslacht dus geen rol.

De gemiddelde leeftijd van de respondenten is 34,5 jaar. De mediaan is echter 26,5 jaar. Het grootste deel van de respondenten valt dus in de leeftijdscategorie twintig tot veertig. Tabel 4.3 laat zien welk percentage van de deelnemers in de andere leeftijdscategorieën vallen.

Tabel 4.3: verdeling respondenten over de vijf leeftijdsgroepen (n=160).

| Leeftijdsgroep | % respondenten |
|---------------------|----------------|
| $0 \leq L \leq 19$ | 15 |
| $20 \leq L \leq 39$ | 55 |
| $40 \leq L \leq 59$ | 16,3 |
| $60 \leq L \leq 79$ | 11,2 |
| $80 \leq L \leq 99$ | 2,5 |

Duidelijk is te zien dat de leeftijdsgroep van 20 tot en met 39 jaar een meerderheid in de respondenten vormt. De reden dat deze leeftijdsgroep veruit het grootst is, ligt in het feit dat vooral scholieren en studenten doordeweeks overdag tussen tien en vier uur in de trein zitten.

Uit meerdere onderzoeken blijkt dat leeftijd invloed heeft op de attitude richting het milieu. De conclusie is over het algemeen hoe jonger de persoon hoe milieubewuster. Deze grotere milieubewustheid proberen de onderzoekers te verklaren door op de grotere toekomstgerichtheid van de jongere te wijzen. Uit onderzoek blijkt echter dat de relatie met leeftijd ontstaat door de hogere opleiding die de meeste jonge mensen genoten hebben (Nas, Dekker en Hemmers, 1997; zie ook Van der Meer 1981).

Tabel 4.4 geeft een overzicht hoe de verdeling van de respondenten wat betreft leeftijd eruit ziet voor de vier experimentele condities.

Tabel 4.4: aantal respondenten per experimentele conditie, geordend naar leeftijdsgroep (n=160).

| Conditie | $0 \leq L \leq 19$ | $20 \leq L \leq 39$ | $40 \leq L \leq 59$ | $60 \leq L \leq 79$ | $80 \leq L \leq 99$ |
|--------------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Levendig – informerend | 5 | 21 | 8 | 4 | 2 |
| Levendig – confronterend | 10 | 22 | 5 | 3 | 0 |
| Bleek – informerend | 6 | 19 | 9 | 6 | 2 |
| Bleek – confronterend | 2 | 26 | 6 | 4 | 0 |
| Gemiddelde | 5,75 | 22 | 7 | 4,25 | 1 |

Uit de data in tabel 4.4 is nog niet veel op te maken. Met behulp van de chi-kwadraattoets is daarom gekeken of het aantal respondenten in de verschillende leeftijdsgroepen per conditie significant verschilt. Daaruit is naar voren gekomen dat het

significantieniveau voor alle condities ruim boven de 0,05 ligt. Ook leeftijd is een variabele die er bij het analyseren buiten gelaten kan worden.

Ook opleidingsniveau heeft een sterke correlatie met een positieve attitude richting het milieu. De verklaring daarvoor is waarschijnlijk dat hoger opgeleide mensen beter in staat zijn om de eigen momentane situatie en de omstandigheden in breder perspectief te beschouwen. Wanneer de onderzoeker daaraan toevoegt dat de gevolgen van milieuvervuiling slechts bij uitzondering direct zichtbaar zijn in de eigen situatie, krijgt de veronderstelde bijdrage van het opleidingsniveau extra zin (Nas, Dekker en Hemmers, 1997; zie ook Van der Meer, 1981).

Tabel 4.5: aantal respondenten per experimentele conditie, geordend naar opleidingsniveau (n=160).

| Conditie | Basis school | VMBO | Havo | VWO | MBO | HBO | Univer siteit |
|--------------------------|--------------|------|------|-----|-------|------|---------------|
| Levendig – informerend | 4 | 0 | 2 | 2 | 9 | 11 | 12 |
| Levendig – confronterend | 4 | 6 | 2 | 0 | 18 | 4 | 6 |
| Bleek – informerend | 6 | 8 | 0 | 4 | 8 | 8 | 8 |
| Bleek – confronterend | 2 | 0 | 4 | 0 | 8 | 12 | 12 |
| Gemiddelde | 4 | 3,5 | 2 | 1,5 | 10,75 | 8,75 | 9,5 |

Tabel 4.5 laat het aantal respondenten, verdeeld naar opleidingsniveau, zien per experimentele conditie. Door middel van een chi-kwadraattoets is gekeken of het aantal respondenten in de verschillende opleidingsniveaus per experimentele conditie significant verschilt. Hoewel de levendig confronterende en de bleek informerende actievorm dicht bij het significantieniveau komen, blijven ze daar net boven. Er is geen reden om aan te nemen dat het opleidingsniveau van de respondenten zorgt voor verschillen bij de analyse.

De mate waarin de respondent het milieu en de natuur een belangrijk maatschappelijke issue vindt, speelt waarschijnlijk een rol bij het toekennen van scores aan de afhankelijke variabelen. Daarom is een vraag opgenomen waarbij de respondent moet aangeven welk maatschappelijk issue hij het belangrijkste vindt en welke hij op plaats twee en drie zet. Tabel 4.6 geeft aan welke percentage respondenten een bepaald maatschappelijk issue wel of niet in de top drie heeft geplaatst.

Tabel 4.6: het percentage respondenten dat de verschillende maatschappelijke issues wel of niet in de top drie plaatste (n=160).

| Nr | maatschappelijk issue | in top 3 | niet in top 3 |
|----|---|----------|---------------|
| 1 | Milieu en natuur | 47,6 | 52,4 |
| 2 | Veiligheid en terrorisme | 42,5 | 57,5 |
| 3 | Onderwijs | 37,6 | 62,4 |
| 4 | Sociale zekerheid | 36,3 | 63,7 |
| 5 | Integratie van allochtonen | 35,1 | 64,9 |
| 6 | Teruglopende maatschappelijke betrokkenheid | 21,3 | 78,7 |
| 7 | Werkloosheid | 17,6 | 82,4 |
| 8 | Gezondheidszorg | 17,6 | 82,4 |
| 9 | Criminaliteit | 15,1 | 84,9 |
| 10 | Verlies aan koopkracht | 13,8 | 86,4 |
| 11 | Normen en waarden | 13,8 | 86,2 |
| 12 | Woningtekort | 12,6 | 87,4 |

Tabel 4.6 geeft aan dat ruim 47% van de deelnemers milieu en natuur een belangwekkend maatschappelijk issue vindt. Ook veiligheid en terrorisme wordt door meer dan 40% genoemd. Onderwijs, sociale zekerheid en integratie van allochtonen zijn belangrijke thema's voor iets meer dan eenderde van de deelnemers.

De basis van dit onderzoek is de opzet met de vier experimentele condities. Het is dan ook van belang te kijken of er verschil in toekenning is tussen deze vier condities. In tabel 4.7 staat het aantal respondenten afgebeeld per experimentele conditie en of ze wel of niet het maatschappelijke issue 'milieu en natuur' in de top drie hebben genoemd.

Tabel 4.7: aantal respondenten per experimentele conditie, geordend naar het wel of niet noemen van 'milieu en natuur' in de top drie (n=160).

| Conditie | wel genoemd | niet genoemd |
|--------------------------|-------------|--------------|
| Levendig – informerend | 21 | 19 |
| Levendig – confronterend | 16 | 24 |
| Bleek – informerend | 17 | 25 |
| Bleek – confronterend | 22 | 16 |
| Gemiddelde | 19 | 21 |

Met behulp van een chi-kwadraattoets is vervolgens gekeken of er tussen de vier experimentele condities significante verschillen bestaan. Dit blijkt niet het geval, dus het belang van 'milieu en natuur' hoeft niet in elke analyse meegenomen te worden.

In de vragenlijst zijn dertien milieuproblemen meegenomen. De respondent dient aan te geven in hoeverre hij het noodzakelijk vindt dat deze problemen een oplossing krijgen. Omdat de tabel uitgebreid is, is deze opgenomen als bijlage VI. De belangrijkste resultaten zijn de volgende: 'het verdwijnen van bossen over de hele wereld' is het probleem dat volgens de respondenten het meest noodzakelijk oplossing behoeft. Ook noemen ze 'de wereldwijde klimaatverandering' en 'luchtverontreiniging' als de milieuproblemen die het meest noodzakelijk een oplossing kunnen gebruiken. Wat wel opvalt, is het grote percentage dat denkt dat deze problemen niet meer opgelost kunnen worden. Dat ligt namelijk tussen de elf en 28 procent.

Ook voor deze onafhankelijke variabele is het van belang om te kijken of de mening over de milieuproblemen significant verschilt per experimentele conditie. Om dit te toetsen is per milieuprobleem een chi-kwadraattoets uitgevoerd. Daaruit is naar voren gekomen dat de mening over de verschillende milieuproblemen niet voor alle condities gelijk is. Er zijn sporadisch milieuproblemen waar dat niet voor geldt. Omdat voor verreweg de meeste milieuproblemen en experimentele condities geldt dat de waargenomen verdeling overeenkomt met de verwachte verdeling, is besloten met deze kleine verschillen verder niets te doen.

De mensen die de enquête ingevuld hebben, zijn besproken. Er is ingegaan op de kenmerken van de deelnemers. Het grootste deel, 61 procent, van de respondenten steunt al een milieuorganisatie. Na de respondenten komt in paragraaf 4.2 de betrouwbaarheid van het meetinstrument en de gebruikte schalen aan de orde.

4.2 Interne consistentie

Dit onderzoek meet de attitude richting Milieudefensie met behulp van vijftien persoonskenmerken, die samen drie dimensies weergeven: expertise, betrouwbaarheid en aantrekkelijkheid. Ook de drie overige afhankelijke variabelen bestaan uit meerdere items. Bij het samenvoegen van meerdere items tot een schaal komt de vraag naar de interne consistentie naar voren. Om daar een antwoord op te vinden, is een betrouwbaarheidsanalyse uitgevoerd.

De analyse geeft aan in hoeverre de items hetzelfde meten. Deze analyse helpt de onderzoeker bij de beslissing of hij items beter uit de schaal kan verwijderen, omdat ze de interne consistentie van de schaal naar beneden halen. Ook geeft deze analyse antwoord op de vraag of de interne consistentie hoog genoeg is om het gebruik van de schaal in onderzoek te rechtvaardigen (De Vocht, 2001). Cronbach's alpha is de maat voor de interne consistentie. Deze varieert van 0 tot 1. Hoe dichter de alpha de 1 nadert hoe hoger de interne consistentie van de schaal is. Voor het gebruik van een schaal in fundamenteel onderzoek geldt dat een schaal met een α van 0,80 of hoger goed is, met

een α tussen 0,60 en 0,80 redelijk en met een α kleiner dan 0,60 slecht is (De Vocht, 2001).

Eerst is een nieuwe variabele gecreëerd door de mening van de respondent over de kenmerken en de mening over het belang van deze kenmerken te vermenigvuldigen. Met deze nieuwe variabele is Cronbach's alpha berekend. Tabel 4.8 geeft eerst de waarden van Cronbach's alpha voor de items expertise, betrouwbaarheid en aantrekkelijkheid, en voor de uiteindelijke afhankelijke variabele attitude.

Tabel 4.8: de waarden van Cronbach's alpha voor de afhankelijke variabelen van het onderzoek.

| Variabele | Cronbach's alpha | aantal items |
|--------------------------|-------------------|--------------|
| Expertise | 0,79 | 5 |
| Betrouwbaarheid | 0,80 | 5 |
| Aantrekkelijkheid | 0,75 (was 0,67) | 4 (was 5) |
| Attitude | 0,79 | 3 |
| Emotionele betrokkenheid | 0,91 | 3 |
| Belangstelling | 0,86 | 3 |
| Betrokkenheid | 0,89 (correlatie) | 2 |
| Gemiddelde effectiviteit | 0,64 (was 0,57) | 7 (was 8) |
| Gemiddelde sympathie | 0,80 | 8 |

Zoals te zien is, zijn de alpha's van de items die deel uitmaken van attitude allemaal redelijk tot goed. Uit de variabele aantrekkelijkheid is een item verwijderd. Het item sympathiek zorgt ervoor dat de alpha zakt van 0,75 naar 0,67. Omdat dit een verbetering betreft van redelijk naar zeer redelijk, is besloten dit item uit de variabele te verwijderen.

Naast attitude is de afhankelijke variabele betrokkenheid opgebouwd uit meerdere items. Ook voor deze variabele is het raadzaam te kijken of de schaalconstructie betrouwbaar is. Daarom is ook voor deze variabele en haar items Cronbach's alpha berekend. Deze staan als tweede afgebeeld in tabel 4.8.

De alpha van de variabelen die met betrokkenheid van de respondenten te maken heeft, is goed te noemen. Voor de variabele betrokkenheid is de correlatie berekend. Dit is gebruikelijk bij een variabele die bestaat uit twee items. Ook deze is goed. Er bestaat dus geen reden om de schaal aan te passen.

Ook de vraag naar de beoordeling van de gemiddelde effectiviteit van en de gemiddelde sympathie voor een actievorm is opgezet met een aantal stellingen. Daarin dienen de respondenten aan te geven of en in hoeverre ze een actie effectief dan wel sympathiek vinden na het lezen van het stimulusmateriaal. Omdat sprake kan zijn van interne consistentie is voor deze stellingen Cronbach's alpha berekend. In tabel 4.8 staan de uitkomsten van deze berekening afgebeeld.

Cronbach's alpha voor de gemiddelde sympathie is goed. De alpha voor de gemiddelde effectiviteit is daarentegen niet goed. Maar het verwerpen van de actie 'het houden van handtekeningenactie' maakt de alpha acceptabel. Deze actie verhoogt de alpha van 0,57 naar 0,64.

Met de interne consistentie van de schalen zit het goed. Ze meten wat ze moeten meten en ze zijn hoog genoeg om gebruik in dit onderzoek te rechtvaardigen. Paragraaf 4.3 gaat in op de controle van de experimentele manipulatie.

4.3 Controle op de experimentele manipulatie

In dit experiment zijn de te manipuleren variabelen de vorm en het karakter van de acties. Daarbij is, naar aanleiding van de literatuur, een onderverdeling gemaakt voor de vorm in levendig aan de ene kant en bleek aan de andere kant. Voor het karakter van de acties is de keuze gevallen op de tegengestelde kenmerken confronterend en informerend. Door middel van een controlevraag is onderzocht of de respondenten deze

onderverdeling op dezelfde manier opgevat hebben als de onderzoeker bedoeld heeft. Daarvoor zijn twaalf typering van de acties, die de vorm en het karakter van de actie beschrijven, voorgelegd. De waarden die aangeven dat de manipulatie op de juiste manier is opgevat, zijn van tevoren bekend. Wanneer een typering bij de vorm of het karakter van een actie hoort, dient de gemiddelde waarde boven de drie uit te komen. Hoort de typering echter bij de tegengestelde vorm of het tegengestelde karakter, dan zou de gemiddelde waarde onder de drie moeten blijven.

Tabel 4.9 laat zien hoe de respondenten de typering beoordelen. De typering staan in een volgorde. De eerste vijf slaan op de levendigheid van de actie, het volgende rijtje van drie gaat in op de bleekheid. Voornamelijk confronterend en met de neus op de feiten drukkend slaan terug op de term confronterend. De laatste twee typering horen bij informerend. De gemiddelden die vet gedrukt zijn, wijken af van de manier waarop de onderzoeker de manipulatie bedoeld heeft.

Tabel 4.9: gemiddelde beoordeling van de typering per conditie, in een schaal van 1 tot en met 5.

| Typering | Conditie met bijbehorende actie | | | |
|------------------------------------|--------------------------------------|--|------------------------------------|--------------------------------------|
| | Levendig - informerend fietstocht | levendig - confronterend ontmanteling | bleek - informerend conferentie | bleek - confronterend kort geding |
| Beeldend | 4,05 | 3,80 | 1,62 | 1,58 |
| Levendig | 4,10 | 4,45 | 1,43 | 1,37 |
| Vitaal | 4,40 | 3,95 | 1,95 | 1,79 |
| Krachtig | 1,65 | 4,90 | 1,90 | 4,21 |
| Origineel | 4,50 | 3,95 | 1,62 | 1,37 |
| Mat/bleek | 2,40 | 1,85 | 4,19 | 4,21 |
| Gericht op feitelijke argumentatie | 1,30 | 1,40 | 4,76 | 4,79 |
| Kleurloos | 2,15 | 1,95 | 3,90 | 4,00 |
| Voornamelijk confronterend | 1,55 | 4,65 | 1,76 | 4,16 |
| Met de neus op de feiten drukkend | 1,90 | 4,65 | 1,90 | 3,63 |
| Attenderend op iets | 4,35 | 1,85 | 4,48 | 2,95 |
| Voornamelijk informerend | 4,20 | 2,00 | 3,95 | 3,32 |

Kort gezegd hebben de respondenten het stimulusmateriaal op dezelfde manier beoordeeld als de onderzoeker. Alleen de term 'krachtig', die als omschrijving bij de term levendig hoort, is niet altijd goed beoordeeld. Zo zien de respondenten de actie kort geding als een krachtiger soort dan een demonstratieve fietstocht, terwijl dat eigenlijk andersom moet zijn. Verder blijkt de bleek confronterende actie kort geding ook op een ander punt moeilijk op de juiste manier te beoordelen. Zo komt de term 'voornamelijk informerend' te hoog uit.

Met behulp van een t-toets is vervolgens gekeken of de respondenten de bleke en levendige, en de confronterende en informerende acties per typering significant anders beoordelen. Dit blijkt het geval. Alleen voor de term 'krachtig' blijkt het verschil niet significant. Voor deze term is er dus geen verschil tussen de bleke en levendige acties. Hoewel de term 'voornamelijk informerend' inderdaad een te hoge score met zich meebrengt bij de bleek confronterende actie, blijkt dit geen invloed te hebben op de significantie van de t-toets.

De resultaten geven aan dat de respondenten de stimuli op de juiste manier beoordeeld hebben. Dat betekent dat verder gegaan kan worden met het analyseren van de data. Om te beginnen geeft paragraaf 4.4 een overzicht van de verschillen wat betreft de afhankelijke variabelen.

4.4 Attitude, betrokkenheid, effectiviteit en sympathie actievorm

Alle afhankelijke variabelen in dit onderzoek vinden een plaats in deze paragraaf. Eerst bespreekt zij deze allemaal zonder enkele onafhankelijke variabelen in de analyse mee te nemen. Vervolgens berekent deze paragraaf met behulp van correlatieberekeningen of er een relatie bestaat tussen de kenmerken van de respondenten en de vier afhankelijke variabelen.

Eerst geeft tabel 4.10 een overzicht van de scores op de afhankelijke variabelen in dit onderzoek: attitude, betrokkenheid en de beoordeling van de effectiviteit van en de sympathie voor de actievorm. Voor de duidelijkheid zijn de bijbehorende schalen ook afgebeeld.

Tabel 4.10: het gemiddelde en de standaarddeviatie van de afhankelijke variabelen.

| Afhankelijke variabele | M | SD | schaal |
|------------------------|------|------|------------|
| Attitude | 8,2 | 15,5 | -56 t/m 56 |
| Betrokkenheid | -0,1 | 7,9 | -12 t/m 12 |
| Effectiviteit acties | 2,3 | 0,4 | 1 t/m 3 |
| Sympathie acties | 2,5 | 0,3 | 1 t/m 3 |

In tabel 4.10 is te zien dat de attitude richting Milieudefensie na het lezen van de vier artikelen niet zo hoog is. Eigenlijk komt ze net boven nul uit. Aan de hoge standaarddeviatie is te zien dat de verschillen tussen de respondenten groot zijn. Hetzelfde geldt voor de betrokkenheid, met de aantekening dat zij niet boven nul uitkomt. Tenslotte is het opvallend dat de beoordeling van de effectiviteit van en de sympathie voor de acties redelijk positief is.

Wanneer per item naar de attitudeberekening wordt gekeken, zijn een aantal zaken het vermelden waard. Zo zijn er items in de lijst opgenomen die het grootste deel van de respondenten belangrijk voor een organisatie als Milieudefensie vinden. Naar aanleiding van het artikel beoordeelt echter een veel lager percentage Milieudefensie positief op die kenmerken. Het gaat hierbij om de items 'nuttig', 'onbevooroordeeld', 'niet-egoïstisch' en 'te vertrouwen'. Milieudefensie dient er werk van te maken dat het publiek haar meer nuttig, onbevooroordeeld, niet-egoïstisch en te vertrouwen gaat vinden. Deze variabelen vormen een persuasief doel op zich.

Voordat de onderzoeker een regressieanalyse uitvoert is het aan te raden via een correlatieanalyse het mogelijke verband tussen de betrokken variabelen te onderzoeken. Deze geeft een indruk van de mate waarin de afhankelijke en onafhankelijke variabele samenhangen (Moore & McCabe, 2001). Daarom gaat het tweede deel van deze paragraaf in op de relatie tussen de kenmerken van de respondenten en de afhankelijke variabelen. Respectievelijk het geslacht, het wel of niet lid zijn van Milieudefensie, de leeftijd, het opleidingsniveau, het belang van het milieu en de noodzaak tot oplossen van enkele milieuproblemen zijn meegenomen. De nulhypothese luidt dat er geen verband bestaat tussen de betreffende onafhankelijke variabele en de betreffende afhankelijke variabele.

Wat betreft het geslacht blijkt dat dit kenmerk voor geen enkele experimentele conditie een relatie heeft met een van de afhankelijke variabelen.

De positieve relatie van het wel of niet lid zijn van Milieudefensie met zowel de beoordeling van de sympathie als de betrokkenheid is significant voor alle condities. De relatie met attitude is alleen significant voor de beide confronterende condities, terwijl de relatie met effectiviteit dat is voor de beide informerende condities.

Voor alle condities bij attitude is de relatie wat betreft leeftijd significant en positief. Voor de overige drie variabelen is ze alleen significant voor de levendig confronterende en bleek informerende actievormen.

Wat betreft de positieve relatie tussen het opleidingsniveau en de attitude geeft de overschrijdingskans aan dat de nulhypothese aangenomen is voor alle experimentele condities, behalve voor de levendig confronterende. Voor de overige drie afhankelijke variabelen is de relatie significant en positief voor drie van de vier condities. Voor betrokkenheid en de sympathie is dat de bleek confronterende en voor de effectiviteit de bleek informerende conditie.

Het noemen van het maatschappelijke issue 'milieu en natuur' heeft voor alle condities een significante en positieve relatie met sympathie en betrokkenheid. Voor de attitude is deze alleen significant en ook positief voor de beide confronterende condities. De relatie met de beoordeling van de effectiviteit is significant voor de beide informerende condities.

Drie van de milieuproblemen in de vragenlijst hebben raakvlak met het probleem dat gebruikt is in het stimulusmateriaal. Of de noodzaak, die de respondenten zien om 'het verdwijnen van bossen op de hele wereld', 'de aanleg van snelwegen en andere infrastructuur die het landschap aantasten' en 'het verdwijnen van groene ruimte door woningbouw en aanleg bedrijventerreinen' op te lossen, een relatie heeft met de vier afhankelijke variabelen, bekijkt paragraaf 4.6.

Ook de andere onafhankelijke variabelen die, zoals de laatste alinea's hebben laten zien, een relatie hebben met de afhankelijke variabelen in een of meerdere condities krijgen een plaats in paragraaf 4.6.

De afhankelijke variabelen zijn bekeken. Daarbij zijn echter de verschillen met betrekking tot de experimentele condities nog niet meegenomen. Deze komen aan de orde in paragraaf 4.5.

4.5 Verschillen tussen de experimentele condities

De in figuur 2.2 weergegeven experimentele condities vormen de basis van dit onderzoek. De vraag is of deze condities van invloed zijn op vier afhankelijke variabelen. Deze variabelen zijn attitude, betrokkenheid, de beoordeling van de effectiviteit van en de sympathie voor een actievorm. Deze paragraaf bekijkt of er verschillen bestaan tussen de experimentele condities wat betreft deze afhankelijke variabelen.

Om de gemiddelden duidelijk op een rij te zetten geeft tabel 4.11 een overzicht van het gemiddelde en de standaarddeviatie van respectievelijk de attitude, betrokkenheid, effectiviteit en sympathie per experimentele conditie. De bijbehorende schalen zijn voor de volledigheid ook afgebeeld.

Tabel 4.11: het gemiddelde en de standaarddeviatie van de afhankelijke variabelen, geordend per experimentele conditie.

| | Levendig-confronterend | | levendig-informerend | | bleek-confronterend | | bleek-informerend | | schaal |
|---------------|------------------------|------|----------------------|------|---------------------|------|-------------------|------|------------|
| | Gemiddelde | SD | gemiddelde | SD | gemiddelde | SD | gemiddelde | SD | |
| Attitude | -3,0 | 12,1 | 10,7 | 6,5 | 18,1 | 16,4 | 7,7 | 14,3 | -56 t/m 56 |
| Betrokkenheid | -5,9 | 5,7 | 4,1 | 11,5 | 3,3 | 7,4 | -1,7 | 7,7 | -12 t/m 12 |
| Effectiviteit | 2,3 | 0,3 | 2,4 | 0,4 | 2,4 | 0,4 | 2,2 | 0,4 | 1 t/m 3 |
| Sympathie | 2,6 | 0,3 | 2,6 | 0,3 | 2,7 | 0,3 | 2,4 | 0,3 | 1 t/m 3 |

De attitudes van de respondenten richting Milieudefensie verschillen behoorlijk per artikel. Verder valt de hoge score voor de bleek confronterende actie op. Blijkbaar vinden veel mensen het aanspannen van een rechtszaak voor Milieudefensie een goede manier om haar wensen duidelijk te maken. Uit tabel 4.11 lijkt naar voren te komen dat er verschillen zijn tussen de experimentele condities wat betreft de afhankelijke variabelen. Maar is dat wel echt zo? Om dat te onderzoeken is een variantieanalyse uitgevoerd met attitude, betrokkenheid, de beoordeling van de effectiviteit van en de sympathie voor de actievormen als afhankelijke variabelen en de mate van levendigheid en de mate van confrontatie als factoren.

Tabel 4.12 geeft een overzicht van de uitkomsten. De laatste kolom geeft het interactie-effect weer. De vetgedrukte overschrijdingskansen zijn significant.

Tabel 4.12: de uitkomsten van de variantieanalyse per afhankelijke variabele.

| | Mate van levendigheid | | mate van confrontatie | | levendigheid x confrontatie | |
|--------------------------|-----------------------|--------------|-----------------------|--------------|-----------------------------|--------------|
| | F-waarde | p-waarde | F-waarde | p-waarde | F-waarde | p-waarde |
| Gemiddelde attitude | 17,318 | 0,000 | 0,586 | 0,445 | 30,942 | 0,000 |
| Gemiddelde betrokkenheid | 2,360 | 0,126 | 5,309 | 0,023 | 47,211 | 0,000 |
| Gemiddelde effectiviteit | 0,048 | 0,827 | 1,383 | 0,241 | 6,542 | 0,011 |
| Gemiddelde sympathie | 0,304 | 0,582 | 4,655 | 0,033 | 6,361 | 0,013 |

De nulhypothese van een variantieanalyse luidt dat de gemiddelden van de vier experimentele condities gelijk zijn. Deze paragraaf bespreekt de significante uitkomsten van de toets een voor een. Eerst komen de significante hoofdeffecten aan bod. Een bespreking van de interactie-effecten sluit deze paragraaf af.

Te zien is dat de mate van levendigheid invloed heeft op de attitude van de deelnemers. Dat betekent dat het voor de attitude die de mensen richting Milieudefensie hebben, uitmaakt of ze een artikel over een bleke of levendige actie hebben gelezen. Een artikel over een bleke actie levert de meest positieve attitude op. Bij de overige drie afhankelijke variabelen zorgt de mate van levendigheid niet voor hoofdeffecten. Wat betreft de mate van confrontatie treden hoofdeffecten op bij de afhankelijke variabelen betrokkenheid en sympathie voor de actie. De informerende actievormen leveren een hogere gemiddelde betrokkenheid op, namelijk 1,4 tegenover -1,3. De confronterende daarentegen zorgen voor de hoogste gemiddelde sympathie, 2,65 versus 2,5.

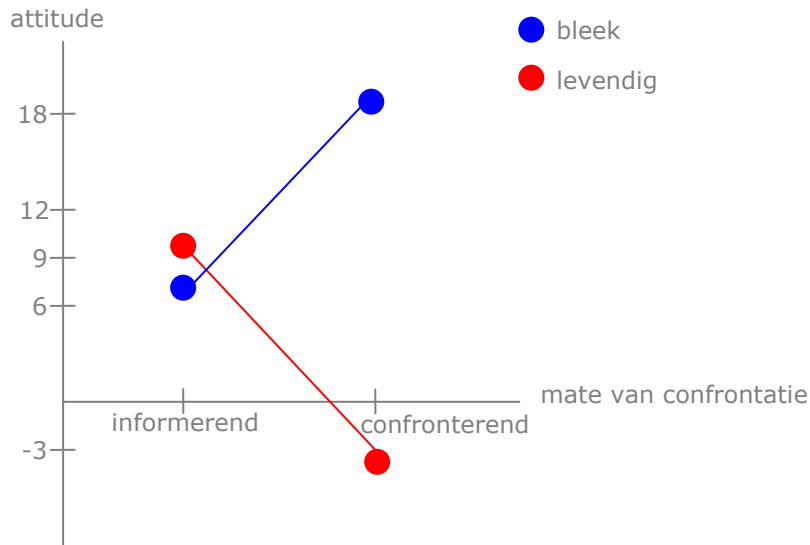
Uit een verdere analyse met behulp van tabel 4.11 komt naar voren dat de informerende acties voor een gemiddelde attitude zorgen die niet significant van de confronterende acties verschillen. De gemiddelde attitude van de levendige actievormen daarentegen is significant lager dan die van de bleke. Dit is het hoofdeffect uit tabel 4.12.

De gemiddelde betrokkenheid bij de informerende actievormen ligt op 1,2, terwijl deze bij de confronterende op -1,3 ligt. Dit is een significant verschil. Daarentegen zorgen de levendige actievormen voor een gemiddelde -0,9 tegen de bleke 0,8. Dit verschil is niet significant. Kortom, de mate van confrontatie brengt een hoofdeffect met zich mee en de mate van levendigheid niet.

Ook bij de gemiddelde sympathie is te zien dat de mate van confrontatie invloed uitoefent. Voor de sympathie richting een actievorm maakt het dus verschil of de respondent een artikel leest over een informerende dan wel confronterende actie. De gemiddelde sympathie is naar aanleiding van de levendige en bleke acties bijna even hoog. Het verschil tussen de informerende en confronterende actievormen is daarentegen een stuk groter en blijkt significant. Dit is het hoofdeffect van de mate van confrontatie.

Een assumptie in de wetenschap zegt dat een interactie-effect pas geldig is als een of meer hoofdeffecten ook significant zijn. Dat betekent dat het significante interactie-effect van de beoordeling van de effectiviteit niet verder besproken is. De significantie van de overige interactietermen geeft aan dat het lezen over een levendige actie een hogere of juist minder hoge attitude, betrokkenheid en beoordeling van de sympathie met zich meebrengt dan een bleke actie. Ook geeft het aan dat dit effect niet gelijk is voor de mensen die over een confronterende dan wel informerende actie lezen.

In figuur 4.1 is te zien hoe dit effect er voor de variabele attitude uit ziet.



Figuur 4.1

Figuur 4.1 geeft voor de attitude aan hoe het interactie-effect in de praktijk werkt. De mate van levendigheid is het hoofdeffect, dat is te zien doordat de rode punten een significant andere plaats hebben dan de blauwe. Het interactie-effect blijkt uit het feit dat de rode lijn, met op de x-as de mate van confrontatie, een totaal andere richting kiest dan de blauwe.

De figuren voor de andere twee afhankelijke variabelen met een significant interactie-effect zijn opgenomen als bijlage VII. Ook voor deze geldt hetzelfde verhaal betreffende het interactie-effect van mate van levendigheid en mate van confrontatie als voor de variabele attitude. Alleen is de mate van confrontatie bij deze twee het hoofdeffect en niet de mate van levendigheid.

De verschillen per experimentele conditie zijn besproken. Daarbij is vooral gekeken hoe de mate van levendigheid en de mate van confrontatie invloed uitoefenen op de vier afhankelijke variabelen. Paragraaf 4.6 gaat in op de relatie tussen de onafhankelijke variabelen en de experimentele condities.

4.6 Relatie onafhankelijke variabelen en experimentele condities

Naast de onafhankelijke experimentele condities, de tegenstellingen levendig tegenover bleek en confronterend tegenover informerend, zijn in de enquête nog een aantal variabelen opgenomen die volgens de literatuur een relatie kunnen hebben met de vier afhankelijke variabelen van dit onderzoek. In paragraaf 4.4 is door middel van correlatieberekeningen gekeken of deze invloed hebben op de afhankelijke variabelen. Daarbij is naar voren gekomen dat ze dat allemaal hebben, behalve het geslacht. De overige variabelen diept deze paragraaf door middel van regressieanalyses verder uit. De nulhypothese van een regressieanalyse luidt dat de afhankelijke variabele geen relatie heeft met de onafhankelijke variabele. Tabel 4.13 laat de uitkomsten van deze analyse zien. Zowel de bèta als de overschrijdingskans is afgebeeld. De bèta is genoemd om een indicatie van het relatieve belang van de genoemde variabelen te geven. De getallen die vet gedrukt zijn, hebben een significante overschrijdingskans, een kans kleiner dan 0,05. Bij de mate van levendigheid en confrontatie staan in vijf vakken kruisjes afgebeeld. Een berekening heeft tussen de twee variabelen in deze vakken geen correlatie opgeleverd. Daarom heeft het geen zin een regressieanalyse uit te voeren.

Tabel 4.13: uitkomsten van de regressieanalyse betreffende kenmerken respondenten en afhankelijke variabelen in het onderzoek (de bèta en p-waarde).

| Kenmerken | attitude | betrokkenheid | effectiviteit | sympathie |
|---|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|
| Mate van levendigheid | 0,250 p = 0,000 | x | x | x |
| Mate van confrontatie | x | 0,157 P = 0,000 | x | -0,181 p = 0,001 |
| Lid Milieudefensie | 0,113 p = 0,048 | 0,443 p = 0,000 | 0,148 p = 0,048 | 0,270 p = 0,000 |
| Leeftijdsgroep | 0,287 p = 0,000 | 0,121 p = 0,001 | 0,116 p = 0,012 | 0,121 p = 0,032 |
| Opleidingsgroep | 0,206 p = 0,001 | 0,011 p = 0,792 | 0,164 p = 0,035 | 0,029 p = 0,658 |
| Milieu en natuur | 0,040 p = 0,566 | 0,069 p = 0,158 | 0,087 p = 0,336 | 0,207 p = 0,007 |
| Milieuprobleem verdwijnen van bossen | 0,299 p = 0,000 | 0,165 p = 0,000 | 0,112 p = 0,097 | 0,073 p = 0,208 |
| Milieuprobleem aanleg snelwegen | -0,009 p = 0,963 | 0,201 p = 0,172 | 0,411 p = 0,125 | -0,449 p = 0,049 |
| Milieuprobleem verdwijnen van groene ruimte | 0,539 p = 0,011 | 0,237 p = 0,118 | -0,095 p = 0,729 | 0,825 p = 0,001 |
| R ² | 0,699 | 0,844 | 0,471 | 0,628 |

Paragraaf 4.5 gaat in op de verschillen tussen de experimentele condities. Daarbij is geen rekening gehouden met andere onafhankelijke variabelen die een rol kunnen spelen in het proces. Deze paragraaf bespreekt de uitkomsten van de regressieanalyse die afgebeeld is in tabel 4.13. De mate van levendigheid en de mate van confrontatie zijn al besproken in paragraaf 4.5.

De R² geeft weer welk deel van de variantie van de afhankelijke variabele de onafhankelijke variabelen verklaren. Daarbij valt op dat andere, niet in het onderzoek opgenomen variabelen, de beoordeling van de effectiviteit van een actievorm voor het grootste deel verklaren. Bij de attitude, de betrokkenheid en de beoordeling van de sympathie voor de actievormen ligt het aandeel van deze onafhankelijke variabelen hoger. Maar dan de rest van tabel 4.13, hoe zien de uitkomsten van de regressieanalyse eruit?

Om te beginnen komt naar voren dat het voor alle afhankelijke variabelen uitmaakt dat de respondent wel of niet lid is van Milieudefensie. Uit verdere analyse blijkt dat dit slechts geldt voor de mensen die het artikel over de levendig en bleek confronterende actie hebben gelezen. De niet-leden hebben een significant lagere attitude richting Milieudefensie dan de leden na het lezen over de twee confronterende actievormen. De attitude naar aanleiding van de informerende acties is niet significant anders. Voor betrokkenheid geldt dat de nulhypothese voor alle condities verworpen is. Leden hebben, ongeacht de actievorm, een hogere betrokkenheid dan niet-leden. Ook hebben de leden een hogere beoordeling van de effectiviteit van de acties na het lezen over de informerende acties. Voor de overige twee condities maakt het geen verschil of de deelnemer wel of geen lid is.

Wat betreft de gemiddelde sympathie richting de acties hebben de leden ook een significant positievere mening dan niet-leden. Dit resultaat geldt voor alle condities.

Daarnaast speelt de leeftijd van de respondent een rol. Kortweg kan uit tabel 4.13 geconcludeerd worden dat hoe hoger de leeftijd hoe hoger de score van alle vier de afhankelijke variabelen. De nulhypothese is daarom wat betreft de attitude voor alle condities verworpen. Uit verdere analyse blijkt dat oudere mensen, vooral in de groep van veertig tot tachtig, een significant hogere attitude hebben dan de jongeren. Voor zowel de betrokkenheid als de gemiddelde effectiviteit als de gemiddelde sympathie geldt dat de nulhypothese is verworpen voor de levendig confronterende en de bleek informerende actievormen. De oudere mensen die het artikel over deze actievormen hebben gelezen, hebben een significant hogere score betreffende deze drie afhankelijke variabelen.

Voor het opleidingsniveau geldt dat de nulhypothese is verworpen voor twee van de vier afhankelijke variabelen. Alleen de overschrijdingskans voor de attitude en de beoordeling van de effectiviteit van de actievorm geven aanleiding tot het verwerpen van de nulhypothese. Voor beide geldt dat de deelnemers met een hogere opleiding een positievere score hebben.

Het noemen van het maatschappelijk issue 'milieu en natuur' in de top drie van belangrijkste maatschappelijke issues van dit moment, heeft geen relatie met de attitude, de betrokkenheid en de beoordeling van de effectiviteit van de actievormen, maar wel met de gemiddelde sympathie voor de actievormen. Daaruit blijkt dat de mensen die 'milieu en natuur' in de top drie hebben gezet, niet een significant groter gevoel bij Milieudefensie hebben, dan de mensen die dat niet hebben gedaan. De mensen die het maatschappelijke issue geplaatst hebben, blijken significant meer sympathie te kunnen opbrengen richting de actievormen van Milieudefensie.

Alle artikelen hebben de recreatieve bebouwing van het Groene Hart als onderwerp. Bij de onderzochte milieuproblemen zijn drie problemen opgenomen die raakvlak hebben met deze bebouwing. Dit zijn 'het verdwijnen van bossen op de hele wereld', 'de aanleg van snelwegen en andere infrastructuur die het landschap aantasten' en 'het verdwijnen van groene ruimte door woningbouw en aanleg van bedrijventerreinen'. De antwoorden op deze drie milieuproblemen zijn bewerkt tot dummyvariabelen en kunnen daardoor deel uitmaken van de regressieanalyse.

Uit tabel 4.13 blijkt dat het milieuprobleem 'het verdwijnen van bossen op de hele wereld' een relatie heeft met de attitude en de betrokkenheid. De mening over de noodzaak van het oplossen van het milieuprobleem 'de aanleg van snelwegen en andere infrastructuur die de het landschap aantasten' heeft alleen op de sympathie richting de actievormen negatieve invloed. Het laatste milieuprobleem, zo blijkt uit tabel 4.13, heeft een relatie met de attitude richting Milieudefensie en met de sympathie voor een actievorm.

Voor het berekenen van de regressieanalyse met de dummyvariabele is gekeken of er verschillen zijn tussen de vijf antwoorden betreffende de noodzaak voor het oplossen van de drie milieuproblemen. Door middel van Mann-Whitney toetsen is dat onderzocht. Daarbij is naar voren gekomen dat het verschil niet zit bij de respondenten die het oplossen van het milieuprobleem 'niet zo belangrijk', 'niet nodig' en 'kan niet' vinden. Hieruit is de conclusie dat de respondenten die minder met het milieu hebben, zij zitten in deze drie groepen, ongeveer een gelijke mening over en betrokkenheid bij Milieudefensie hebben. Ook de beoordeling van de sympathie en de effectiviteit richting de actievormen is niet significant verschillend. Als de respondenten die het oplossen van de milieuproblemen 'noodzakelijk' of 'wenselijk' vinden betrokken worden in de berekeningen, dan blijken die op alle punten een overschrijdingskans te hebben die beneden 0,05 ligt. Dat betekent dat er voor deze twee groepen onderling een significant verschil bestaat, maar ook richting de respondenten die minder met het milieu hebben.

Alle onafhankelijke variabelen, die een plaats hebben gekregen in de vragenlijst, en hun relatie met de vier afhankelijke variabelen attitude, betrokkenheid en de beoordeling van de effectiviteit van en sympathie voor de actievormen zijn besproken. Milieudefensie heeft gevraagd een aantal vragen over haar profilering aan de vragenlijst toe te voegen. Paragraaf 4.7 bespreekt de antwoorden op drie vragen betreffende dit onderwerp.

4.7 Profilering

Hoofdstuk een beschrijft dat Milieudefensie wil dat het publiek haar ziet als een vereniging waar het milieu centraal staat en waar geïnteresseerden mee kunnen doen aan de acties. Om te onderzoeken of de respondenten dit na het lezen van het krantenartikel ook vinden, zijn twee vragen opgenomen waarin daar rechtstreeks naar gevraagd is. Ook is een stelling opgenomen waarbij de respondent heeft aangegeven in hoeverre hij het daarmee eens is. Deze stelling luidt: 'Milieudefensie is een organisatie waar ik als burger actief mee kan doen'. Tabel 4.14 geeft de antwoorden op deze stelling weer.

Tabel 4.14: het gemiddelde oordeel, de mediaan en het percentage respondenten dat een bepaald antwoord heeft gegeven op de stelling 'Milieudefensie is een organisatie waar de burger actief mee kan doen' (schaal gemiddelde en mediaan 1 tot en met 5).

| | Totalen | levendig-informerend | levendig-confronterend | bleek-informerend | bleek-confronterend |
|-----------------|----------------|-----------------------------|-------------------------------|--------------------------|----------------------------|
| Gemiddelde | 2,91 | 4,65 | 1,65 | 3,71 | 1,53 |
| Mediaan | 2,00 | 5,00 | 1,50 | 4,00 | 2,00 |
| Zeer mee oneens | 27,5% | | 50,0% | 14,3% | 47,4% |
| Mee oneens | 23,8% | | 45,0% | | 52,6% |
| Neutraal | 5,0% | | 5,0% | 19,0% | |
| Mee eens | 17,5% | 35,0% | | 33,3% | |
| Zeer mee eens | 26,3% | 65,0% | | 33,3% | |

In tabel 4.14 is te zien dat de respondenten gemiddeld mee oneens tot neutraal antwoorden op de stelling 'Milieudefensie is een organisatie waar de burger actief mee kan doen'. Meer dan vijftig procent is het niet met deze stelling eens, terwijl minder dan 45 procent het ermee eens is. De actievorm speelt duidelijk een belangrijke rol bij de beoordeling van de mate waarin de burger volgens de respondent actief mee kan doen bij Milieudefensie. Uit de tabel is af te lezen dat alle respondenten die positief op de bovenstaande stelling geantwoord hebben, het artikel over de informerende actievormen hebben gelezen. Bij de confronterende actievormen liggen de meeste negatieve antwoorden. Voor de rechtszaak is dat logisch, het is niet mogelijk daarbij als burger mee te doen. De meeste deelnemers, 95 procent, vinden daarnaast dat de ontmanteling van recreatiewoningen niet een actie is waar de burger actief aan mee kan doen.

In de enquête zijn nog twee stellingen opgenomen die rechtstreeks naar de mening van de respondent vragen over de twee belangrijkste pijlers van de profilering, het milieubegrip en het meedoen aan acties door geïnteresseerden. Bij de tweede stelling komen ongeveer dezelfde resultaten naar voren als bij de stelling 'Milieudefensie is een organisatie waar de burger actief mee kan doen'. De eerste stelling is echter nog niet besproken. Kort gezegd kan uit de gegevens geconcludeerd worden dat de respondenten het in meerderheid, ongeacht de actievorm, eens zijn met de stelling betreffende het milieuvraagstuk. Het gemiddelde van deze stelling ligt boven de vier, het ermee eens antwoord.

Dezelfde verschillen als bij de vorige stelling zijn echter aanwezig. Voor de levendig informerende actie is negentig procent het tenminste eens met de stelling. Voor het ontmantelen van de recreatiewoning is zeventig procent het daarmee eens. De andere twee percentages liggen daar tussenin.

Leden van Milieudefensie denken positiever over de twee stellingen. Honderd procent van de leden, terwijl dit onder de niet-leden 75 procent is, vindt dat het milieuvraagstuk centraal gesteld is in de beschreven acties. Op de stelling over het meedoen antwoordt 35 procent van de niet-leden positief. Onder de leden ligt dit percentage op 47 procent.

De belangrijkste resultaten van het onderzoek zijn behandeld. Op deze manier kan deze paragraaf dienen als een opstap naar hoofdstuk vijf, dat de conclusies en aanbevelingen behandelt.

5 Conclusies en aanbevelingen

Na de resultaten van het onderzoek in hoofdstuk vier is het tijd voor de conclusies en daaropvolgend de aanbevelingen. De conclusies zijn in drie paragrafen opgedeeld. Paragraaf 5.1 neemt de conclusies met betrekking tot de experimentele condities onder de loep. De daaropvolgende paragraaf 5.2 kijkt terug per onafhankelijke variabele en kijkt of aan elk conclusies te verbinden zijn. De conclusies betreffende de profilering bespreekt paragraaf 5.3. Tenslotte sluit paragraaf 5.4 dit hoofdstuk af met de aanbevelingen voor Milieudefensie. Deze gaan zowel in op de verschillen tussen de experimentele condities als op de invloed van de onafhankelijke variabelen. Maar eerst kijkt dit hoofdstuk naar de conclusies over de gekozen opzet van het experiment.

Ook eerdere onderzoeken zijn ingegaan op de invloed van actievoeren. De meeste stammen uit de jaren zeventig en tachtig. Duyvendak, Van der Heijden, Koopmans en Wijmans (1992) benoemden daarvoor vijf strategieën. Deze zijn de conventionele, direct-democratische, demonstratieve, confrontatieve en gewelddadige strategieën. Ook Van Noort, Huberts en Rademaker (1987) maakten een onderverdeling in vijf strategieën, namelijk overhalen, argumenteren, demonstreren, procederen en contesteren. Hoewel de experimentele condities uit dit onderzoek speciaal en zonder deze voorkennis ontworpen zijn, passen de onderzochte acties prima in deze onderverdeling. Vooral bij de tweede sluit het uitstekend aan. Alleen overhalen komt in dit onderzoek niet terug, omkoping is een activiteit waar Milieudefensie zich niet van bedient. Steunbetuiging gebeurt wel, maar dat komt alleen in de krant bij verkiezingen en deze zijn niet gehouden in de periode waaruit de artikelen afkomstig zijn. Tabel 5.1 maakt zichtbaar hoe de acties uit dit onderzoek in de onderverdeling van Van Noort, Huberts en Rademaker (1987) passen.

Tabel 5.1: de onderzochte acties geplaatst in de strategieën van Van Noort, Huberts en Rademaker (1987).

| Strategie | onderstrategie | actie in dit onderzoek |
|--------------|-------------------------|------------------------------|
| Overhalen | | n.v.t. |
| Argumenteren | indirect | openbare conferentie |
| Demonstreren | | fietstocht |
| Procederen | | kort geding |
| Contesteren | illegaal en gewelddadig | ontmanteling recreatiewoning |

Maar interessant is welke strategie de meest succesvolle wat betreft overreding is. Onderzoek van Gamson (1975), ook gebruikt in het boek van Van Noort, Huberts en Rademaker (1987), heeft uitgewezen dat het eerst noodzakelijk is dat politieke en ambtelijke actoren en publiek worden voorzien van informatie en argumenten. Voldoende is dat zelden. Demonstreren, procederen, overhalen en contesteren komen alle in aanmerking om meer kracht bij de eisen te zetten. De effectiviteit verschilt. Procederen is slechts incidenteel succesvol. Het onderzoek van Gamson is uit 1975. Sindsdien heeft het milieubeleid eigenlijk echt vorm gekregen door milieuwetgeving. Het zou daarom goed kunnen dat deze strategie nu succesvoller is dan toen. In Nederland is overhalen eveneens van weinig belang. Het meest effectief zijn demonstreren en contesteren. Het laten zien van de aanhang zorgt voor vrije publiciteit en druk richting de beleidsmakers. Dit doet zich echter pas voor wanneer sprake is van een relatief grote lokale, regionale of landelijke steun. Kan een groep daarop niet rekenen dan is ze nog niet tot machteloosheid veroordeeld. Kunnen en willen haar leden contesteren, dan is er wel degelijk kans op succes. Dit komt ook terug in figuur 2.2. Hieruit blijkt dat deze, inclusief de pijlen, een goed doordachte basis is voor dit onderzoek.

De resultaten van paragraaf 4.3 laten daarnaast zien dat de respondenten de experimentele manipulatie op een goede manier beoordeeld hebben. Tenslotte heeft paragraaf 4.2 de interne consistentie berekend en ook deze is goed tot zeer goed. Deze

drie punten bij elkaar geven aan dat de gekozen opzet een goede is geweest. Dit is de eerste conclusie van het rapport. De conclusies betreffende de acties bespreken de paragrafen 5.1, 5.2 en 5.3.

5.1 Conclusies verschillen experimentele condities

Dit hele experiment is opgezet om het beeld te meten dat de respondenten van Milieudefensie hebben wanneer ze met een actie in een krantenartikel verschijnt. Daarvoor heeft elke actie een plaats gekregen in een van de vier experimentele condities. Vervolgens is het beeld gemeten door middel van de afhankelijke variabelen attitude, betrokkenheid, de beoordeling van de effectiviteit van en de sympathie voor de actievorm. Hoofdstuk vier laat de resultaten zien. De conclusies over de verschillen tussen de experimentele condities beschrijft deze paragraaf.

Uit hoofdstuk vier is duidelijk geworden dat voor Milieudefensie nog winst te behalen is betreffende haar attitude. Er is namelijk naar voren gekomen dat de gemiddelde attitude op een schaal van -56 tot 56 slechts 8,2 is. Dat komt omdat bijna negentig procent van de respondenten een attitude heeft die neutraal dan wel voldoende is. Vooral de items 'nuttig', 'onbevooroordeeld', 'niet-egoïstisch' en 'te vertrouwen' blijken voor de respondenten belangrijke kenmerken. De beoordeling van Milieudefensie door de mensen op deze kenmerken blijft echter achter bij het belang. Daarop zou Milieudefensie dus hoger kunnen scoren. De gemiddelde betrokkenheid van de deelnemers geeft zelfs een negatieve waarde. In het theoretisch kader is gesproken over de relatie tussen betrokkenheid en attitude. De eerste heeft invloed op de sterkte van de tweede. Dat betekent dat in een voorbeeldsituatie van hoge betrokkenheid de attitude moeilijk te veranderen is. In dit onderzoek is de gemiddelde betrokkenheid niet hoog. Ook de attitude kan hoger. De matige betrokkenheid geeft aan dat Milieudefensie kansen heeft deze attitude te veranderen.

Zowel de beoordeling van de effectiviteit van als de sympathie voor de actievormen is positief. Hoewel daar ook nog wel winst te behalen is. De gemiddelde effectiviteit van 2,3 op een schaal van 1 tot en met 3 is niet heel goed.

De volgende alinea's bespreken de afhankelijke variabelen per experimentele conditie.

Attitude

De mensen beoordelen Milieudefensie naar aanleiding van de bleek confronterende actie, de rechtszaak, het meest positief. Naar aanleiding van de levendig confronterende actie komt Milieudefensie het minst positief naar voren. Hieruit blijkt dat het voor Milieudefensie belangrijk is goed na te denken wanneer een levendig confronterende actievorm in te zetten. Zonder een gedegen voorbereiding en communicatiecampagne kan het zorgen voor een negatiever beeld. Daarentegen hebben de respondenten totaal geen moeite met het beginnen van een rechtszaak. Deze actievorm kan Milieudefensie zonder moeite inzetten. De attitude naar aanleiding van de beide informerende actievormen ontloopt elkaar niet zoveel en zijn positief, ze zijn daarom goed inzetbaar. Uit de resultaten komt verder naar voren dat de mate van levendigheid een rol speelt bij de beoordeling van de attitude. Wanneer Milieudefensie bezig is met een campagne, is het altijd belangrijk in de gaten te houden waar deze zich in de experimentele condities bevindt. Zijn de bleek en levendig informerende actievormen al ingezet, dan is de volgende stap van belang. De keuze tussen een bleek of levendig confronterende vervolgactie brengt een groot verschil betreffende de attitude richting Milieudefensie met zich mee.

Betrokkenheid

Zoals hierboven al gemeld is, blijkt de rechtszaak een soort actie waar de respondenten een positieve attitude bij hebben, terwijl dat bij de ontmanteling van een recreatiewoning duidelijk niet het geval is. Dit geldt ook voor de betrokkenheid. De betrokkenheid naar aanleiding van de levendig confronterende actie is laag, terwijl deze naar aanleiding van de levendig informerende en de bleek confronterende acties positiever uit het onderzoek

komen. Als Milieudefensie begint met een campagne dan is het verstandig, met het oog op de betrokkenheid, te beginnen met een levendig informerende actie, de bleek informerende actie brengt namelijk een negatieve betrokkenheid met zich mee. Voor een vervolgactie is het belangrijk een goede keuze te maken tussen de bleek en levendig confronterende actievormen. Wat betreft de betrokkenheid brengen deze actievormen totaal verschillende scores met zich mee.

Effectiviteit

De gemiddelde effectiviteit is met een score van 2,325 op een schaal van 1 tot en met 3 niet zo hoog. Verder komt uit de resultaten naar voren dat de mate van levendigheid en de mate van confrontatie geen significante invloed hebben op de gemiddelde beoordeling van de effectiviteit van de actievormen. De gemiddelde effectiviteit van zowel de levendige als de confronterende actie ligt op 2,35 en van zowel de bleke als de informerende acties op 2,3. Dit verschil is niet significant. Dat betekent dat het in dit onderzoek voor de gemiddelde effectiviteit niet heeft uitgemaakt over welke actievorm de respondenten in een artikel hebben gelezen.

Sympathie

De bleek informerende actievorm brengt de laagste score wat betreft de gemiddelde beoordeling van de sympathie met zich mee. De levendige actievormen zorgen beide voor een gemiddelde van 2,6. Dat betekent dat de levendig confronterende actievorm op deze variabele goed scoort. Blijkbaar vinden de respondenten de overige acties van Milieudefensie een stuk sympathieker na het lezen over een actie als de ontmanteling van de recreatiewoning. Het zou goed kunnen dat voor de bleek informerende actie het tegengestelde opgaat. Na daarover gelezen te hebben, vinden de deelnemers van dit onderzoek de overige acties een stuk minder sympathiek. Een dissonant is echter de bleek confronterende actie, wederom brengt deze de hoogste score met zich mee. Voor Milieudefensie is het daarom wat betreft de beoordeling van de sympathie voor haar actievormen van belang te beginnen met een bleek informerende actie en vervolgens kan ze alle kanten op. De actievormen ontlopen elkaar daarna niet zoveel meer.

Dit zijn de conclusies betreffende de verschillen tussen de experimentele condities die uit dit onderzoek gehaald zijn. Deze conclusies genereren aanbevelingen. Paragraaf 5.4 bespreekt deze. Voordat hij echter aan de beurt is, bespreekt paragraaf 5.2 de conclusies die verbonden zijn aan de invloed van de onafhankelijke variabelen.

5.2 Conclusies invloed van onafhankelijke variabelen

Naast de probleemstelling, de belangrijkste vraag van dit experiment, is in de inleiding nog een aantal andere vragen geformuleerd. Deze onderzoeksvragen zijn van belang voor een duidelijker beeld van de context van de probleemstelling. De inleiding relateert een aantal kenmerken van de respondenten aan de afhankelijke variabelen attitude, betrokkenheid, de beoordeling van de effectiviteit van en de sympathie voor de actievormen. Deze paragraaf bespreekt deze kenmerken een voor een. Voor de duidelijkheid houdt hij dezelfde volgorde aan als paragraaf 4.6.

Lidmaatschap van Milieudefensie

De leden van Milieudefensie hebben een positievere attitude dan niet-leden. Leden hebben vooral een significant hogere attitude na het lezen van een artikel over de beide confronterende acties. De attitude naar aanleiding van de informerende acties verschilt niet significant. Wanneer gekeken wordt naar de betrokkenheid blijkt dat deze bij de leden logischerwijs hoger is dan bij niet-leden. Deze conclusie geldt voor alle actievormen.

In tabel 5.2 zijn voor de volledigheid de verschillen tussen de vier experimentele condities betreffende de betrokkenheid en de attitude voor de leden en de niet-leden afgebeeld.

Tabel 5.2: gemiddelde attitude (schaal -56 t/m 56) en betrokkenheid (schaal -12 t/m 12) geordend naar wel of niet-lid zijn van Milieudefensie per actievorm.

| | Attitude | | betrokkenheid | |
|------------------------|----------|------------|---------------|------------|
| | Leden | niet-leden | leden | niet-leden |
| Levendig-confronterend | 10,00 | -4,44 | 6,00 | -7,22 |
| Levendig-informerend | 15,33 | 8,71 | 11,00 | 1,14 |
| Bleek-confronterend | 26,12 | 12,18 | 9,62 | -3,94 |
| Bleek-informerend | 15,00 | 6,44 | 11,67 | -1,36 |
| Totaal | 19,26 | 4,79 | 10,00 | -3,28 |

Tenslotte blijkt dat de leden, in alle condities, een significant hogere sympathie voor de acties hebben. Hoewel de leden een hogere attitude, betrokkenheid en beoordeling van de effectiviteit van en de sympathie voor de actievormen hebben richting Milieudefensie komt naar voren dat er ook voor hen een verschil is tussen de verschillende actievormen. Naar aanleiding van de levendig confronterende actie beoordelen zij Milieudefensie minder positief dan naar aanleiding van de bleke actievormen. Ook zij zijn positief over de inzet van de rechtszaak als actiemiddel.

Leeftijd

De deelnemers in de leeftijd van veertig tot tachtig jaar hebben een significant hogere attitude richting Milieudefensie in alle condities. Ook de betrokkenheid, de beoordeling van de effectiviteit en de beoordeling van de sympathie is voor deze leeftijdsgroep positiever dan voor de andere groepen. Dit geldt alleen voor de mensen die het artikel over de levendig confronterende en de bleek informerende actie hebben gelezen. De conclusie die daaraan verbonden kan worden is dat de respondenten van veertig tot tachtig jaar die met de trein reizen, terwijl ze waarschijnlijk ook op een andere manier kunnen reizen, op alle punten positiever tegenover de milieuorganisatie Milieudefensie staan.

Opleidingsniveau

Alleen voor de levendig confronterende actie geldt dat het opleidingsniveau zorgt voor verschillen wat betreft de attitude. De hoger opgeleide deelnemer blijkt namelijk een significant hogere attitude te hebben na het lezen over deze actie. Ook voor de overige afhankelijke variabelen geldt hoe hoger de opleiding hoe hoger de score. Deze relatie is echter alleen voor de gemiddelde effectiviteit significant. Hieruit kan geconcludeerd worden dat de deelnemers aan het onderzoek die hoog opgeleid zijn positiever tegenover Milieudefensie staan. Dit geldt echter niet op alle punten en in alle condities. Het opleidingsniveau speelt dus wel een rol, maar dat is niet een heel grote.

Milieu en natuur in de top drie

Het maatschappelijk issue 'milieu en natuur' is door de meeste mensen in de top drie gezet. Ze vinden het misschien niet het belangrijkste issue, maar wel belangrijk genoeg voor de top drie. Hoewel de relatie tussen het plaatsen van 'milieu en natuur' en de afhankelijke variabelen door middel van een correlatietoets significant bleek, blijkt ze na een regressieanalyse alleen significant voor de gemiddelde sympathie voor de acties. De invloed van deze onafhankelijke variabele is dus niet zo heel groot.

Milieuproblemen

Het milieuprobleem 'het verdwijnen van bossen over de hele wereld' en 'het verdwijnen van groene ruimte door woningbouw en aanleg van bedrijventerreinen' hebben allebei een positieve relatie met twee afhankelijke variabelen. Het derde milieuprobleem 'de aanleg van snelwegen en andere infrastructuur die het landschap aantasten' blijkt met slechts een van de vier variabelen een relatie te hebben. Het vreemde is echter dat deze

relatie een negatieve is. Dat betekent dat hoe minder de respondenten noodzaak zien om dit milieuprobleem op te lossen, hoe hoger de gemiddelde sympathie voor de acties van Milieudefensie. De overige relaties tussen de afhankelijke variabelen en de drie milieuproblemen zijn allemaal positief of bijna nul. Wat de reden is, dat de relatie tussen de gemiddelde sympathie en de noodzaak tot het oplossen van het milieuprobleem met betrekking tot de aanleg van snelwegen negatief is, kan de onderzoeker niet uit de gegevens halen.

Uit een verdere analyse blijkt dat voor de mening over de noodzaak van het oplossen van de twee overgebleven milieuproblemen die raakvlak hebben met de bebouwing van het Groene Hart hetzelfde geldt. De mensen die het oplossen van deze milieuproblemen 'het verdwijnen van bomen over de hele wereld' en 'het verdwijnen van groene ruimte door woningbouw en aanleg bedrijventerreinen' noodzakelijk of wenselijk vinden, hebben een significant hogere attitude en betrokkenheid dan de mensen die het oplossen van deze problemen niet zo belangrijk, niet nodig of onmogelijk vinden. Milieudefensie moet daarom proberen duidelijk te maken dat de milieuproblemen die ze aankaart met haar acties een grote noodzaak van oplossen hebben. Wanneer de mensen daarvan overtuigd zijn, zullen ze met andere, positievere ogen naar Milieudefensie kijken.

In het onderzoek zijn ook enkele vragen, die ingaan op de mening van respondenten over de gewenste profilering van Milieudefensie, opgenomen. Paragraaf 5.3 bespreekt de conclusies die daaraan verbonden kunnen worden.

5.3 Conclusies profilering

Milieudefensie is al een tijd bezig met de manier waarop de organisatie zich moet profileren. Voor deze profilering zijn twee elementen, namelijk 'milieu' en 'met mensen', geselecteerd (Van Kuik, 2004). Dit onderzoek heeft onderzocht of de respondenten deze profilering passend vonden naar aanleiding van het lezen van het artikel.

Uit de resultaten blijkt dat de respondenten de stellingen over het meedoen aan de acties niet heel positief beantwoorden. Meer dan de helft geeft aan het oneens te zijn met de twee stellingen die daarnaar vragen. De beschreven actievorm zorgt echter voor verschillen. De informerende actievormen zijn de enige die positieve antwoorden genereren, terwijl de confronterende acties zorgen voor verreweg de meeste negatieve meningen. Voor een actie als een rechtszaak is dat logisch, daaraan is het lastig medewerking verlenen. Maar ook de ontmanteling van de recreatiewoning is een actie waaraan de mensen, ook veel leden, niet snel mee zouden werken.

Tussen de zeventig en negentig procent, afhankelijk van de actievorm, is het met de stelling over het centraal stellen van het milieubegrip eens. Van de leden ligt dit percentage op honderd, bij de niet-leden op vijfenzeventig.

De pijlers die Milieudefensie voor de profilering heeft gekozen beoordelen de respondenten als een goede weergave van het imago van Milieudefensie. Alleen het meedoen aan een rechtszaak en het ontmantelen van de recreatiewoning valt buiten deze conclusie. De gewenste profilering blijkt namelijk niet te werken voor de levendig confronterende actievorm, terwijl het moeilijk is mee te doen met een rechtszaak.

Alle conclusies zijn getrokken, maar wat kan Milieudefensie met al deze kennis? Paragraaf 5.4 geeft de aanbevelingen die horen bij de conclusies.

5.4 Aanbevelingen

Leden en donateurs zorgen voor een belangrijk deel van het door Milieudefensie uit te geven geld. Het is voor de vereniging van groot belang dat de mensen, die een positieve attitude hebben ten opzichte van haar acties en doelen, deze positieve attitude omzetten in positief gedrag. Concreet betekent dat dus het lid worden en het geven van donaties. De aanbevelingen, hoe bij het actievoeren rekening te houden met de attitude en de

betrokkenheid richting Milieudefensie, vormen het onderwerp van deze paragraaf. Deze volgen uit de conclusies van de paragrafen 5.1, 5.2 en 5.3.

De eerste aanbeveling heeft te maken met de vier items waarop Milieudefensie niet zo goed scoort. Uit de resultaten komt naar voren dat ze op vier items binnen de attitudeberekening te laag scoort. Dit zijn de items 'nuttig', 'onbevooroordeeld', 'niet-egoïstisch' en 'te vertrouwen'. De gemiddelde attitude richting Milieudefensie is ook niet heel positief. Wanneer ze ervoor kiest deze attitude positiever te maken, is dat het eenvoudigst via de bovenstaande vier items te realiseren. Ze scoort niet zo heel hoog op deze items en de respondenten vinden het belangrijke items voor een organisatie als Milieudefensie. Kortom, als ze de mening van de mensen richting deze items positiever kan maken, heeft dat direct een positief effect op de attitude. Tevens geeft de matige betrokkenheid van de respondenten aan dat de attitude niet sterk is. Het is daarom mogelijk de attitude ten gunste van Milieudefensie te veranderen.

Het onderzoek van Gamson (1975) wijst uit dat het noodzakelijk is eerst alle actoren, maar ook het publiek te voorzien van informatie en argumenten. Daardoor raakt het publiek bekend met de standpunten en argumenten van Milieudefensie. Door het publiek goed te informeren is de kans groter dat mensen de beschreven actie begrijpen en daarmee een positievere attitude richting Milieudefensie hebben. Gamson (1975) geeft ook aan dat het informeren en beargumenteren alleen meestal niet voldoende is om een milieuprobleem op de kaart te zetten. Hij zegt dat de twee meest effectieve manieren demonstreren en contesteren, de levendig confronterende actievormen, zijn. Een campagne van Milieudefensie richting een milieuprobleem begint meestal met een informerende actie. Uit dit onderzoek komt naar voren dat dit een verstandige keuze is, omdat deze beide een positieve attitude met zich meebrengen. Wat betreft de betrokkenheid zorgt de levendig informerende actie voor de hoogste score. Mochten die eerste acties weinig effectief blijken, dan is de keuze voor een vervolgactie belangrijk. De keuze voor een levendig dan wel bleek confronterende actie brengt totaal verschillende attitude- en betrokkenheidsscores met zich mee.

De eerste aanbeveling is goed na te denken voor een levendig confronterende actievorm in te zetten. Zowel de attitude als de betrokkenheid is lager na het lezen over een dergelijke actievorm. De gemiddelde sympathie voor de acties is daarentegen niet lager dan naar aanleiding van de andere drie actievormen. De eerste twee afhankelijke variabelen zijn belangrijker in dit onderzoek. Uiteindelijk blijft uitbreiding van het ledenbestand toch het persuasieve doel. De aanbeveling gaat daarom meer op attitude en betrokkenheid in. Zoals Gamson (1975) al aangaf, blijkt goede voorlichting het belangrijkste om te doen. De voorbereiding van een levendig confronterende actie dient secuur te zijn. Zoveel mogelijk mensen moeten bijvoorbeeld voor de actie op de hoogte zijn van het milieuprobleem. Uit de resultaten van dit onderzoek komt namelijk naar voren dat de mensen, die het oplossen van het milieuprobleem noodzakelijk dan wel wenselijk vinden, een positievere attitude en betrokkenheid richting Milieudefensie hebben dan de deelnemers die het oplossen van deze problemen niet of minder noodzakelijk vinden. Ook kennis over de acties die al gevoerd zijn, is belangrijk voor iedereen. Op die manier bestaat een grotere kans dat ze het waarom van de levendig confronterende actie begrijpen. Milieudefensie moet daarom de mensen in de omgeving van het object van actie door middel van goede communicatiecampagnes proberen te benaderen. De kans is groot dat op die manier de attitude en betrokkenheid van de lezers over een actie minder negatief uit een onderzoek naar voren komen. De levendig confronterende actievorm kan Milieudefensie natuurlijk ook inzetten zonder gedegen communicatie vooraf, maar dan dient ze er rekening mee te houden dat dit een negatieve uitwerking kan hebben op het beeld richting Milieudefensie.

Een tweede aanbeveling geeft aan dat het verstandiger is na de informerende acties, als het mogelijk is, de bleek confronterende actie de rechtszaak of het kort geding in te zetten. Deze komt bij alle afhankelijke variabelen positief uit het onderzoek. De

rechtszaak is een actiemiddel dat Milieudefensie altijd kan inzetten. Zowel leden als niet-leden onder de respondenten geven aan dat ze de meest positieve attitude richting en de hoogste betrokkenheid bij Milieudefensie hebben na het lezen over een bleek confronterende actie.

Naast de aanbevelingen die uit het onderzoek voortkomen, verdient het aanbeveling bezig te blijven met mediaonderzoek. Is het onderwerp opnieuw de invloed van acties, dan is de opzet uit dit onderzoek prima te gebruiken. De overeenkomsten met de strategieën uit de literatuur (zie Van Noort, Huberts en Rademaker, 1987) geven aan dat de vier experimentele condities goed aansluit bij de bestaande indelingen van acties. Zonder mediaonderzoek is doeltreffend mediagebruik niet mogelijk. Het kan een belangrijke bijdrage leveren aan de strategiebepaling voorafgaand aan acties. Het continue volgen en analyseren van de media maken de dynamiek duidelijk en kunnen relevante kansen en bedreigingen in kaart brengen (Scholten en Tepaske, 2004). Media-uitingen kunnen de manier waarop het publiek naar een organisatie kijkt beïnvloeden. Het imago van een organisatie kan verbeteren wanneer een succesvolle actie het journaal haalt of wanneer zichtbare invloed is uitgeoefend op beleid. Tegelijkertijd is het denkbaar dat een organisatie onder druk komt te staan wanneer de berichtgeving minder positief is (Nas, Dekker & Hemmers, 1997). Scholten en Tepaske (2004) geven organisaties daarom een tip mee. Het is van belang de communicatie zoveel mogelijk te koppelen aan geselecteerde maatschappelijke thema's die actueel zijn. Dat maakt de kans op aandacht zo groot mogelijk. Het consequent ophangen van de communicatie aan een beperkt aantal van tevoren bepaalde thema's maximaliseert de kans dat de boodschap bij het publiek blijft hangen. Zonder focus, consistentie en herhaling is communicatie in het huidige tijdperk met het enorme media-aanbod vrijwel zinloos. Of zoals enkele beleidsmakers van maatschappelijke organisaties het zeggen: "het nieuws moet soms gemaakt worden. Spectaculaire acties en noviteiten zijn nodig om pers en camera te lokken en aandacht te genereren" (Nas, Dekker & Hemmers, 1997).

Nu is het duidelijk wat Milieudefensie met de resultaten van dit experiment kan. Hoofdstuk zes sluit dit verslag af met een uiteenzetting over de discussie. Daarbij gaat het in op de validiteit, betrouwbaarheid, de kanttekeningen bij het meetinstrument en aanbevelingen voor vervolgonderzoek.

6 Discussie

Aan het einde van een onderzoek zijn bij elke opzet en bij het onderzoek zelf kanttekeningen te plaatsen. Dit hoofdstuk gaat in op deze kanttekeningen. Daarbij komt in paragraaf 6.1 de validiteit van het onderzoek aan de orde. Paragraaf 6.2 bespreekt de betrouwbaarheid, paragraaf 6.3 gaat in op de kanttekeningen die bij het meetinstrument te plaatsen zijn. Paragraaf 6.4 sluit het onderzoek af met enkele aanbevelingen voor vervolgonderzoek. De validiteit is het eerste onderwerp dat aan de orde komt.

6.1 De validiteit

De literatuur onderscheidt negen soorten validiteit (Swanborn, 1987). Zo dienen onderzoekers rekening te houden met externe, interne, begrips-, populatie- en inhoudsvaliditeit. De belangrijkste zijn echter de eerste twee. Deze bespreekt deze paragraaf dan ook uitgebreid. Eerst behandelt hij de externe validiteit, die te maken heeft met de generaliseerbaarheid van de conclusies. Daarna sluit hij af met de interne validiteit, waarbij het gaat om de kwaliteit van de conclusie uit de gehele onderzoeksopzet.

Externe validiteit

Op het moment dat de onderzoeker de conclusies van zijn onderzoek generaliseert naar de hele populatie, komt externe validiteit om de hoek kijken. Bij externe validiteit is het de vraag wat de reikwijdte van een conclusie is, dus in hoeverre is die conclusie generaliseerbaar naar algemener begrippen, populaties en een andere omgeving dan waar het onderzoek gedaan is (Swanborn, 1987).

Het eerste probleem met externe validiteit in dit experiment is dat de confrontatie met de media-uiting gedwongen is en daardoor verschilt van de confrontatie die in de werkelijkheid plaatsvindt. Een gedwongen confrontatie kan leiden tot een onnatuurlijke reactie van de respondent (zie ook Van Raaij, 1994).

Het tweede probleem zit in het feit dat de respondenten de gehele tekst moeten lezen. Onder normale leescondities kunnen ze beslissen het artikel te negeren of halverwege het artikel te stoppen met lezen. Daarom kunnen de resultaten alleen gegeneraliseerd worden voor lezers die het artikel in zijn geheel lezen (zie ook Renkema & Hoeken, 1998).

Het derde probleem wat betreft de generaliseerbaarheid heeft betrekking op het feit dat het onderzoek alleen in de trein is afgenomen. De leden van de club van twee miljoen, die bijvoorbeeld thuis werken of zich met de auto verplaatsen, zijn niet meegenomen in dit experiment. Dat betekent dat de resultaten alleen generaliseerbaar zijn voor treinreizigers.

Tenslotte is een beperking dat alleen gekeken is naar de invloed van krantenartikelen op de attitude. Dit is wel een belangrijke, maar zeker niet het enige, communicatie-instrument van Milieudefensie. Het is daarom niet duidelijk hoe de resultaten gegeneraliseerd kunnen worden naar de andere communicatiemiddelen. Daarbij komt dat vrije publiciteit niet geïsoleerd gezien kan worden van de andere communicatiemiddelen. In de praktijk is het niet zo dat organisaties zich alleen profileren door middel van vrije publiciteit. Paragraaf 6.4 gaat hier verder op in en doet tevens een aanbeveling voor vervolgonderzoek.

Interne validiteit

Bij interne validiteit gaat het om de kwaliteit van de conclusie uit een geheel onderzoeksontwerp (Swanborn, 1987). In hoofdstuk vijf zijn goede conclusies getrokken. Daarbij kan de volgende, uit onderzoek afkomstige, aantekening geplaatst worden: vier factoren kunnen het imago van een organisatie vormen. De eerste is eigen ervaring, de tweede factor is informele interpersoonlijke communicatie, terwijl de derde de

journalistieke uitingen zijn. De vierde factor tenslotte is betaalde communicatie. De factoren staan bewust in deze volgorde, er is namelijk sprake van een afnemende invloed (Hogendoorn, 1991). In dit experiment bestaat het stimulusmateriaal uit de geschreven krantenartikelen. Bij vragen naar de effecten van de artikelen hebben de voorkennis, de aanvankelijke attitude, vaardigheden en/of gedragsintenties mogelijk een storende invloed op de resultaten. Paragraaf 6.4 doet een aanbeveling hoe dit probleem in vervolgonderzoek aan te pakken.

De validiteit van het onderzoek is besproken. Naast validiteit is er nog een ander belangrijke indicator voor de kwaliteit van het onderzoek. Dit is de betrouwbaarheid van het meetinstrument, dit bespreekt paragraaf 6.2.

6.2 De betrouwbaarheid

Bestaande schalen voor imago zijn vaak ontwikkeld voor organisaties die streven naar winstmaximalisatie. Daarom hebben ze vaak een financiële inslag. Deze zijn niet bruikbaar voor dit experiment. Het was dus niet mogelijk gebruik te maken van al eerder gemeten schalen en items, waardoor deze speciaal voor dit onderzoek ontwikkeld zijn. De interne consistentie van het meetinstrument bleek hoog te zijn.

Het meetinstrument dat ingezet is in dit experiment, is een vragenlijst. In paragraaf 4.2 is al ingegaan op de betrouwbaarheid van dit meetinstrument en de gebruikte schaalconstructies. Voor de te verklaren variabelen expertise, betrouwbaarheid, aantrekkelijkheid, attitude, emotionele betrokkenheid, belangstelling en betrokkenheid is Cronbach's alpha berekend. De resultaten hiervan zijn uitgewerkt in paragraaf 4.2, maar een korte samenvatting is hier op zijn plaats. Het gaat bij het berekenen van de alpha om de interne consistentie van de schaal. Dat betekent dat de vraag speelt in hoeverre de verzameling items de genoemde variabelen meet.

De samenvatting: voor de attitude en bijbehorende items komt Cronbach's alpha tussen 0,75 en 0,80 uit. Betrokkenheid laat een nog hogere alpha zien, deze valt tussen 0,86 en 0,91. Omdat een alpha tussen 0,60 en 0,80 in sociaal-psychologisch onderzoek als een goede wordt beschouwd, valt te concluderen dat na het verwijderen van het item 'sympathiek' uit de variabele 'aantrekkelijkheid' de interne consistentie van de gebruikte schaalverdeling goed is. Het meetinstrument meet dus wat hij moet meten.

Het bespreken van de validiteit en de betrouwbaarheid van het onderzoek zijn respectievelijk van belang voor het generaliseren van de resultaten naar de gehele populatie en voor het kijken of het gebruikte meetinstrument meet wat het moet meten. Paragraaf 6.3 plaatst nog andere kanttekeningen bij het meetinstrument.

6.3 Kanttekeningen bij het meetinstrument

Hoewel de weg naar het einde van dit onderzoek lang is geweest en de literatuur goed is bestudeerd, blijft toch een aantal kanttekeningen bij het meetinstrument bestaan. Deze paragraaf bespreekt ze.

Voor een volgend experiment is het raadzaam andere en meer persoonskenmerken in te zetten. Veel respondenten becommentarieerden de bondigheid van het artikel. Het bleek lastig de kenmerken in te schatten naar aanleiding van zo een kort krantenartikel. Op sommige items in de enquête konden respondenten daardoor moeilijk antwoord geven. De mensen vullen de informatie die in het artikel staat automatisch aan met wat ze weten van de organisatie door andere bronnen.

De vragenlijst is speciaal ontworpen voor dit experiment. Het bleek niet mogelijk een algemeen meetinstrument in te zetten, omdat de vraagstelling behoorlijk nieuw en specifiek is. Vooral een dimensie als financiële prestaties, die in elk algemeen instrument

voorkomt, is naar aanleiding van de krantenartikelen niet in te schatten. Daarnaast zijn belangrijke dimensies als de kwaliteit van producten en service van een vereniging als Milieudefensie voor de meeste respondenten niet of heel moeilijk te beoordelen. Mede door de nieuwheid van het meetinstrument heeft dit onderzoek resultaten opgeleverd die slechts een keer gevonden zijn. Onderzoeksresultaten die een onderzoeker toevallig een keer vindt, zijn van weinig nut. Vanwege de nieuwheid van de vragenlijst is het daarom van belang het meetinstrument vaker in te zetten om deze, waar mogelijk, betrouwbaarder en meer valide te maken. Ook kan op die manier een volgende onderzoeker de resultaten van dit experiment controleren op geldigheid.

Uit de uitgevoerde regressieanalyse is naar voren gekomen dat de gebruikte onafhankelijke variabelen de afhankelijke variabele gemiddelde effectiviteit van een actie slechts voor 47 procent verklaren. Ook maar drie van de onafhankelijke variabelen hebben een significante relatie met deze afhankelijke variabele. Geconcludeerd kan daarom worden dat deze variabele in dit onderzoek onvoldoende onderzocht is. Vervolgonderzoek is benodigd om meer over deze variabele te weten te komen. Paragraaf 6.4 gaat hier verder op in.

Het is belangrijk aan het einde van het gehele onderzoeksproces nog een keer stil te staan bij alles wat gebeurd is. Door middel van de paragrafen validiteit, betrouwbaarheid en kanttekeningen bij het meetinstrument zijn het proces, het instrument en de uitkomsten doorlopen. Terwijl de onderzoeker elk facet van het onderzoek nogmaals bekijkt en analyseert, komen vragen op. Hij herkent andere interessante onderwerpen die hij of iemand anders kunnen onderzoeken. Paragraaf 6.4 geeft een overzicht van deze aanbevelingen voor vervolgonderzoek.

6.4 Vervolgonderzoek

De opzet, het meetinstrument en de resultaten zijn nogmaals goed bekeken. Daarbij zijn interessante zaken naar voren gekomen. Deze paragraaf bespreekt een aantal van deze gedachten. De aanbevelingen voor vervolgonderzoek, die interessant zijn voor Milieudefensie, zijn eerst op een rij gezet. Daarna bespreekt deze paragraaf de meer algemene gedachten voor vervolgonderzoek.

Paragraaf 6.1 gaat in op de interne validiteit van dit onderzoek. Daarin geeft hij aan dat voorkennis, de aanvankelijke attitude, vaardigheden en/of gedragsintenties van de respondenten mogelijk een storende invloed hebben op de resultaten. Om dit te voorkomen werken onderzoekers in veel gevallen met een voor- en nameting. Dit onderzoek heeft geen gebruik kunnen maken van een voormeting. De redenen hiervoor zijn de beperkte tijd en de keuze voor de trein als plaats waar respondenten benaderd zijn. In vervolgonderzoek is het echter wel aan te bevelen gebruik te maken van een voor- en nameting om de effecten beter te kunnen schatten.

Dit experiment heeft een belangrijk uitgangspunt. Het dient als basis voor het doen van regelmatig onderzoek naar het beeld dat mensen hebben van de vereniging Milieudefensie wanneer een krant over een van haar acties bericht. Zij kan dit onderzoek over een aantal jaren nogmaals uitvoeren en de resultaten van dit en het volgende onderzoek met elkaar vergelijken. Het is verstandig dat de onderzoeker bij vervolgonderzoek het item 'sympathiek' uit de variabele 'aantrekkelijkheid' verwijdert en die plaats opvult met een ander item. Het toevoegen van dat item en eventueel andere items moet met behoud van, maar waarschijnlijk met winst op de betrouwbaarheid en interne consistentie kunnen. Het is wel van belang niet teveel items toe te voegen. De hoogte van de alpha is ook afhankelijk van het aantal items: hoe meer items, des te hoger de alpha. Het gaat er dan ook om dat een onderzoeker met een zo beperkt mogelijk aantal items een voldoende hoge alpha verkrijgt (Van der Velde, Jansen & Telting, 2000).

In paragraaf 6.1 is ingegaan op de kanttekening dat in dit experiment alleen gekeken is naar krantenartikelen en andere media niet meegenomen zijn. En dat terwijl in de praktijk geen enkele organisatie zich probeert te profileren met behulp van alleen artikelen in de krant. Het is daarom interessant ook andere media te bekijken. De gekozen opzet, het experiment, heeft het onmogelijk gemaakt nog andere media mee te nemen. Om televisie- en radiofragmenten te manipuleren is apparatuur, acteurs en veel tijd en geld nodig. Daarom is gekozen alleen krantenartikelen als stimulusmateriaal te gebruiken. Het blijft echter interessant te zien of de respondenten anders reageren op acties van Milieudefensie, waarmee ze via de radio en televisie in aanraking komen dan waarover ze lezen in de krant.

Als derde is het belangrijk dat de sterkte van de attitude niet heel uitgebreid is meegenomen in dit experiment. Perloff (2003) noemt zeven karakteristieken voor een sterke attitude. Twee daarvan, betrokkenheid en belangrijkheid, hebben een plaats gekregen in de vragenlijst. Dat betekent dat de onderzoeker de volgende keer nog vijf karakteristieken kan opnemen. Dat zijn extremisme, de attitude verschilt enorm van de neutraliteit; zekerheid, onze attitude is de juiste; toegankelijk, de attitude is goed te begrijpen; kennis, er is genoeg informatie over dit onderwerp; en hiërarchische organisatie, de attitude is intern consistent en ingesloten in een met zorg uitgewerkte structuur in hun houding. O'Keefe (2002) meldt namelijk dat onderzoek heeft uitgewezen dat attitude een goede voorspeller van gedrag, het lid of donateur worden, is als het om een sterke attitude gaat. De respondenten kunnen de voorgelegde persoonskenmerken een waarde toekennen wanneer daarnaar gevraagd wordt, maar in hoeverre is het zeker dat ze ook daadwerkelijk een sterke opinie hebben over deze kenmerken? In het vervolgonderzoek is het waardevol vragen mee te nemen die ingaan op deze karakteristieken, zodat de onderzoeker de antwoorden mee kan nemen in de conclusies betreffende de attitude richting Milieudefensie, haar acties, personeel, doelen en dergelijke.

De paragraaf externe validiteit geeft al aan dat de resultaten niet gegeneraliseerd kunnen worden naar de totale Nederlandse bevolking, omdat als respondenten alleen treinreizigers gebruikt zijn. Het vervolgonderzoek kan de onderzoeker dan ook uitzetten onder de overige groepen, zoals de autogebruiker en de thuiswerker. Het is interessant te zien of het beeld van deze groepen richting de vereniging Milieudefensie na het lezen van een artikel over een van haar acties verschilt van dat van de treinreiziger.

Uit de resultaten is gebleken dat de afhankelijke variabele beoordeling gemiddelde effectiviteit van de acties slecht te verklaren is met behulp van de in dit onderzoek gebruikte onafhankelijke variabelen. Voordat een onderzoeker dit experiment nogmaals uitvoert, is het verstandig een vooronderzoek te doen waarin de vraag centraal staat welke onafhankelijke variabelen invloed hebben op het oordeel van mensen betreffende de effectiviteit van acties. Vervolgens is het zaak te kijken of en hoe deze variabelen verwerkt moeten worden in de vragenlijst.

Naast de genoemde vervolgonderzoeken voor Milieudefensie is het interessant te kijken naar enkele andere implicaties. Vooral in praktische zin is het mogelijk een interessant onderzoek te bedenken.

Het eerste heeft te maken met het meetinstrument. Zoals besproken is deze speciaal voor dit experiment ontwikkeld. Daarom is het alleen inzetbaar voor de vereniging Milieudefensie in combinatie met een verhaal over een actie in een krant. Misschien dat het instrument na aanpassing, toevoeging of verwijdering van een aantal vragen in te zetten is voor een andere milieuorganisatie met soortgelijke activiteiten. Maar verdere inzetbaarheid is moeilijk. Het is interessant een vervolgonderzoek op te zetten om op zoek te gaan naar de mogelijkheden tot uitbreiding van de inzet van de vragenlijst. Zo is het mogelijk te kijken hoe het beeld van een commercieel bedrijf uit deze onderzoeksopzet naar voren komt. In plaats van acties kan dat onderzoek over

gebeurtenissen spreken. De experimentele condities die in dit experiment een rol spelen zijn niet van toepassing, maar een keuze voor de tegenstellingen maatschappelijk tegenover bedrijfskundig en heden tegenover toekomst doet meer ter zake.

Maatschappelijk betekent in deze context "betrekking hebbend op de menselijke samenleving en de verhoudingen, het gezamenlijke leven, de vormen en toestanden daarin" (Den Boon & Geeraerts, 2005). Volgens Den Boon & Geeraerts (2005) is de betekenis van bedrijfskundig "betrekking hebbend op de leer en kennis van het beheer van bedrijven; leer van het bedrijf als een samenstel van technische, economische en sociaalpsychologische factoren". Een gebeurtenis in de maatschappelijk hedendaagse experimentele conditie is bijvoorbeeld het directe gedwongen ontslag van tienduizend werknemers. Bij een maatschappelijke en toekomstige gebeurtenis kan gedacht worden aan een aankondiging van de opening van een nieuwe vestiging. Een bericht over de bestaande onder- dan wel overcapaciteit bij een bedrijf is een gebeurtenis in de bedrijfskundig hedendaagse experimentele conditie. Een voorbeeld van een bedrijfskundige en toekomstgerichte gebeurtenis is een kostenbesparing vanaf 2008 van honderd miljoen euro per jaar. Een uitgebreide literatuurstudie om dit voorstel te onderbouwen, is niet uitgevoerd. Over een gedegen theoretische kader beschikt dit voorstel dan ook niet. Het is meer een losse gedachte hoe de onderzoeksopzet zou kunnen zijn.

De aanbevelingen voor vervolgonderzoek is het laatste onderwerp dat dit verslag bespreekt. Nu is ook dit onderwerp door middel van paragraaf 6.4 afgesloten. Op de volgende bladzijden staan de literatuurlijst en de bijlagen afgedrukt. Dit zijn de echte afsluiters van het onderzoek en daarmee van dit verslag.

Literatuurlijst

Blauw, E. (1994). *Het corporate image. Over imago en identiteit*. Amsterdam: Uitgeverij De Viergang.

Boon, T. den & Geeraets, D. (2005). *Van Dale. Groot woordenboek van de Nederlandse taal. Veertiende herziene uitgave*. Utrecht - Antwerpen: Van Dale Lexicografie BV.

Burg, A.G. van der (1997). *De imagotoop. Hoe ondernemingen en andere organisaties hun imago kunnen beheersen*. Groningen: Boekwerk.

Co-efficiënt, bureau voor communicatie-onderzoek. (1999). *Imago-onderzoek Milieudefensie*. Amsterdam.

Co-efficiënt, bureau voor communicatie-onderzoek. (2003). *Onderzoek naar naam en logo (en imago) van Milieudefensie*. Amsterdam.

Cramwinckel, M.S.M. & Nelissen, P.L.C. (1994). Corporate Image Barometer. In: C.B.M. van Riel (red.) *Corporate Communication. Geselecteerde artikelen voor het hoger onderwijs*. (pp. 741-765). Houten: Bohn Stafleu Van Loghum.

Dijkstra, W. & Smit, J.H. (1999). *Onderzoek met vragenlijsten. Een praktische handleiding*. Amsterdam: VU Uitgeverij.

Duyvendak, J.W., Heijden, H.A. van der, Koopmans, R. & Wijmans, L. (1992). *Tussen verbeelding en macht. 25 Jaar nieuwe sociale bewegingen in Nederland*. Amsterdam: SUA.

Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior. An Introduction to Theory and Research*. Reading, Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company.

Floor, J.M.G. & Raaij, W.F. van (2002). *Marketingcommunicatiestrategie*. Groningen: Stenfert Kroese.

Fombrun, C.J. & Riel, C.B.M. van (2001). Organisatiereputatie - een literatuuroverzicht. In: C.B.M. van Riel (red.) *Corporate Communication. Het managen van reputatie*. (pp. 97-108). Alphen aan den Rijn: Kluwer.

Frey, K.P. & Eagly, A.H. (1993). Vividness can undermine the persuasiveness of messages. *Journal of Personality and Social Psychology* 65 (1), 32-44.

Friesch Dagblad. (2004, 9 augustus). Koop Schoon Kaart tegen vervuild eten. *Friesch Dagblad*, p. 14.

Gamson, W.A. (1975). *The strategy of social protest*. Homewood, Illinois: The Dorsey Press.

Hogendoorn, M. (1991). *Communicatie-onderzoek*. Muiderberg: Coutinho BV

Keefe, D.J. O' (2002). *Persuasion: theory & research*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.

Klandermans, B. (1991). Mobiliseren van sociale bewegingen. In: B. Klandermans & E. Seydel (red.) *Overtuigen en activeren. Publieksbeïnvloeding in theorie en praktijk* (pp. 85-101). Assen: Van Gorcum.

- Kuik, M. van (2004). *Plan profilering 2004/2005*. Interne memo Milieudefensie.
- Kussendrager, N. & Van der Lugt, D. (2002). *Basisboek journalistiek. Achtergronden, genres, vaardigheden*. Groningen/ Houten: Wolters-Noordhoff bv.
- Leeuw, E.D. de (1989). Een schriftelijke vragenlijst, een telefonisch interview, of een face-to-face interview? Een moeilijke keuze. In: J. van der Zouwen & W. Dijkstra (red.). *Sociaal-wetenschappelijk onderzoek met vragenlijsten. Methoden, knelpunten, oplossingen* (pp. 17-34). Amsterdam: VU Uitgeverij.
- Likert, R. (1967). The Method of Constructing an Attitude Scale. In: M. Fishbein (red.) *Readings in Attitude Theory and Measurement* (pp. 90-95). New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Maathuis, O.J.M. (1999). *Corporate Branding. The value of the Corporate Brand to Customers and Managers*. Proefschrift Erasmus Universiteit Rotterdam.
- Maathuis, O.J.M. (2001). Organisatiereputatie en corporate branding. In: C.B.M. van Riel (red.) *Corporate Communication. Het managen van reputatie*. (pp. 155-181). Alphen aan den Rijn: Kluwer.
- Maathuis, O., Rodenburg, J. & Sikkels, D. (2004). Credibility, emotion or reason? *Corporate Reputation Review* 6 (4), 333-345.
- Meer, F. van der (1981). *Attitude en milieugegedrag*. Leiden: Reprodienst Psychologie RUL.
- Milieudefensie. (z.d.a). *Geschiedenis - Milieudefensie 33 jaar actief*. Opgehaald 9 augustus 2005 van <http://www.milieudefensie.nl/campagnes-historie-update.htm>.
- Milieudefensie. (z.d.b). *Over Milieudefensie*. Opgehaald 9 augustus 2005 van <http://www.milieudefensie.nl/overmilieudefensie.htm>.
- Milieudefensie. (z.d.c). *Visie*. Opgehaald 9 augustus 2005 van <http://www.milieudefensie.nl/visie.htm>.
- Moore, D.S. & McCabe, G.P. (2001). *Statistiek in de praktijk. Theorieboek*. Schoonhoven: Academic Service.
- Nas, M., Dekker, P. & Hemmers, C. (1997). *Maatschappelijke organisaties, publieke opinie en milieu*. Den Haag, Nederland: Sociaal Cultureel Planbureau.
- Nederlandse Spoorwegen. (z.d.). *Planner Plus*. Opgehaald 29 september 2005 van <http://www.ns.nl/servlet/Satellite?cid=1071147988062&pagename=www.ns.nl%2Fplannerplus2stap&p=1071147988062&lang=nl>.
- Noord-Hollands Dagblad editie Alkmaarsche Courant. (2004, 23 juli). *Noord-Hollands Dagblad editie Alkmaarsche Courant*, p. 7.
- Noort, W.J. van, Huberts, L.W. & Rademaker, L. (1987). *Protest en pressie. Een systematische analyse van collectieve actie*. Assen/ Maastricht: Van Gorcum.
- Perloff, R.M. (2003). *The dynamics of persuasion. Communication and attitudes in the 21st century*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers.
- Pruyn, A.Th.H. (1994). Imago: een analytische benadering van het begrip en de implicaties daarvan voor onderzoek. In: C.B.M. van Riel (red.) *Corporate Communication*.

Geselecteerde artikelen voor het hoger onderwijs. (pp. 139-175). Houten: Bohn Stafleu Van Loghum.

Raaij, W.F. van (1994). Onderzoek naar de effecten van corporate communication. In: C.B.M. van Riel (red.) *Corporate Communication. Geselecteerde artikelen voor het hoger onderwijs.* (pp. 713-739). Houten: Bohn Stafleu Van Loghum.

Ravage. (2004, 2 juli). Milieudefensie 'sloopt' recreatievilla. *Ravage*, p. 12.

Ravage. (2004, 23 juli). Autovrije parkeerplaatsen. *Ravage*, p. 30.

Renkema, J. & Hoeken, H. (1998). The influence of negative newspaper publicity on corporate image in the Netherlands. *The Journal of Business Communications* 35 (4), 521 - 535.

Riel, C.B.M. van (1992). *Identiteit en imago. Een inleiding in de corporate communication.* Schoonhoven: Academic Service.

Riel, C.B.M. van (2003). *Identiteit en imago. Recente inzichten in corporate communication - theorie & praktijk.* Schoonhoven: Academic Services.

Riel, C.B.M. van, Stroeker, N.E. & Maathuis, O.J.M. (2001). Organisatiereputatie: meetmethoden. In: C.B.M. van Riel (red.) *Corporate Communication. Het managen van reputatie.* (pp. 109-129). Alphen aan den Rijn: Kluwer.

Rooij, G. de (1991). Milieu- en energiegedrag. In: B. Klandermans & E. Seydel (red.) *Overtuigen en activeren. Publieksbeïnvloeding in theorie en praktijk* (pp. 145-178). Assen: Van Gorcum.

Schellens, P.J., Klaassen, R. & Vries, S. de (2000). *Communicatiekundig ontwerpen: methoden, perspectieven, toepassingen.* Assen: Van Gorcum.

Schoemaker, H. & Vos, M. (1989). *Kijk op het imago. Voor non-profit organisaties die de band met het publiek willen versterken.* Deventer: Van Loghum Slaterus B.V.

Scholten, J. & Tepaske, E. (2004, 3 november). *Metten is weten. Het belang van media-analyse.* Opgehaald 4 april 2006 van http://www.publistat.nl/site/nieuws/pdf/Scholten_Meten-is-weten.pdf.

Schreuder, A. (2004, 22 juni). 'Het lijkt wel een kleine Vinex-wijk'. Protest tegen achteraf legaliseren van zomerhuisjes in Groene Hart. *NRC-Handelsblad*, p. 2.

Sociaal Cultureel Planbureau. (2004, 9 november). *Sociaal en Cultureel Rapport 2004.* Opgehaald 4 augustus 2005 van http://www.scp.nl/nieuws/boeken/9037701590-SCR2004_Samenvatting.pdf.

Swanborn, P.G. (1987). *Methoden van sociaal-wetenschappelijk onderzoek.* Meppel/Amsterdam: Boom.

Velde, M.E.G. van der, Jansen, P.G.W. & Telting, I.A. (2000). *Bedrijfswetenschappelijk onderzoek. Van probleemstelling tot presentatie.* Baarn: H. Nelissen B.V.

Verhoeven, N. (2004). *Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger beroepsonderwijs.* Amsterdam: Uitgeverij Boom.

Vocht, A. de (2001). *Basishandboek SPSS10.* Utrecht: Bijleveld Press.

Witte Weekblad editie Uithoorn. (2004, 1 juli). Autoloze zondag. *Witte Weekblad editie Uithoorn e.o.*, p. 9.

BIJLAGE I

De schriftelijke vragenlijst

Beste treinreiziger,

Voor u ligt een vragenlijst die een belangrijk deel van mijn afstuderen voor de studie Toegepaste Communicatiewetenschap aan de Universiteit Twente is. Om de uitkomsten van het onderzoek niet te verstoren, geef ik u nog niet het precieze onderwerp van de enquête. In ieder geval ben ik blij dat u de tijd neemt mij te helpen met mijn afstudeeropdracht.

Bedenk van tevoren dat er geen foute antwoorden zijn. Het gaat om uw mening, kies daarom het antwoord dat het best bij deze mening past. De resultaten worden anoniem verzameld en verwerkt. Het invullen duurt ongeveer 10 minuten.

Alvast hartelijk bedankt en veel succes!

1. Op dit moment spelen er in Nederland een aantal grote maatschappelijke issues. Geef aan welke **drie** issues u de belangrijkste vindt, in volgorde van belangrijkheid.

| Maatschappelijke issues | belangrijkste | 2 ^e plaats | 3 ^e plaats |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Verlies aan koopkracht | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Veiligheid en terrorisme | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Normen en waarden | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Milieu en natuur | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Werkloosheid | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Onderwijs | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Woningtekort | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Teruglopende maatschappelijke betrokkenheid | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Gezondheidszorg | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Criminaliteit | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Sociale zekerheid | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Integratie van allochtonen | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

2. Op dit formulier staan vormen van milieuaantasting weergegeven. Ik vraag u deze lijst door te lopen en aan te kruisen hoe noodzakelijk u het vindt dat er voor het genoemde probleem een oplossing wordt gevonden.

U kunt daarbij kiezen uit vijf antwoorden, te weten:

- een oplossing is noodzakelijk, willen we in de toekomst niet vast komen te lopen;
- een oplossing is wenselijk, om het welzijn, de kwaliteit van leven te verhogen;
- een oplossing is niet zo belangrijk, omdat er op dit moment belangrijkere zaken aan de orde zijn;
- een oplossing is niet nodig, omdat het genoemde probleem wordt overdreven;
- een oplossing kan niet: we moeten het probleem accepteren, omdat anders ons hele leven zou moeten worden veranderd.

| HET MILIEUPROBLEEM | EEN OPLOSSING IS: | | | | |
|---|-------------------|-----------|--------------------|------------|----------|
| | Noodzake-lijk | wenselijk | niet zo belangrijk | niet nodig | kan niet |
| Luchtverontreiniging ten gevolge van het verkeer | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Transporten met gevaarlijke stoffen (bijv. chloor) door dichtbevolkte gebieden | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Gemeenten die te weinig het goede voorbeeld geven met betrekking tot klimaat, bijv. gebruik groene stroom | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Gevolgen van intensieve landbouw en veeteelt voor het milieu | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Het verdwijnen van bossen op de hele wereld | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| De wereldwijde klimaatverandering | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| De toename van het vliegverkeer | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Het gebrek aan openheid van energiebedrijven over de bronnen waaruit hun stroom komt | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Stoffen in consumentenproducten, die in grote hoeveelheden schadelijk zijn voor mens en milieu | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| De aanleg van snelwegen en andere infrastructuur, die het landschap aantasten | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Vervolg vraag 2

| HET MILIEUPROBLEEM | EEN OPLOSSING IS: | | | | |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | noodzake- lijk | wenselijk | niet zo belangrijk | niet nodig | kan niet |
| De overbodige verpakkingen rond consumentenproducten | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Het verdwijnen van groene ruimte door woningbouw en aanleg bedrijventerreinen | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| De negatieve effecten van (resten) bestrijdingsmiddelen voor mens en milieu | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Voor u ligt een krantenartikel waarin Milieudefensie een rol speelt. Ik vraag u dit artikel te lezen en vervolgens aan de hand van het gelezen artikel uw mening te geven over de organisatie Milieudefensie.

Plaats voor het stimulusmateriaal, zie voor de vier artikelen bijlage 2.

3. In de onderstaande tabel staan 15 persoonseigenschappen. In hoeverre bent u het, na het lezen van het artikel, mee eens dat deze eigenschappen bij Milieudefensie passen?

| Eigenschappen | zeer mee eens | mee eens | neutraal | mee oneens | zeer mee oneens |
|------------------|---------------|----------|----------|------------|-----------------|
| Volhardend | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Nuttig | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Intelligent | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Vakkundig | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Onbevooroordeeld | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Reëel | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Sympathiek | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Bekwaam | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Eerlijk | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Actief | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Ambitieus | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Niet-egoïstisch | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Op de hoogte | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Ervaren | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Te vertrouwen | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

4. In de onderstaande tabel staan nogmaals de 15 persoonseigenschappen. Hoe belangrijk vindt u de betreffende eigenschappen voor een natuur- en milieuorganisatie als Milieudefensie?

| Eigenschappen | zeer belangrijk | belangrijk | neutraal | onbelangrijk | zeer onbelangrijk |
|------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Volhardend | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Nuttig | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Intelligent | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Vakkundig | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Onbevooroordeeld | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Reëel | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Sympathiek | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Bekwaam | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Eerlijk | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Actief | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ambitieus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Niet-egoïstisch | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Op de hoogte | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ervaren | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Te vertrouwen | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

In hoeverre bent u het, na het lezen van het krantenartikel, eens met de volgende stellingen over Milieudefensie?

5. Milieudefensie is een organisatie waar ik als burger actief mee kan doen.

zeer mee eens zeer mee oneens

6. Ik voel mij verwant aan Milieudefensie.

zeer mee eens zeer mee oneens

7. Milieudefensie heeft een "aardige" uitstraling.

zeer mee eens zeer mee oneens

8. Milieudefensie neemt in deze zaak een positie in die ik niet van haar verwacht.

zeer mee eens zeer mee oneens

9. Ik voel me betrokken bij de standpunten en doelen van Milieudefensie.

zeer mee eens zeer mee oneens

10. Ik zou de, in het artikel beschreven, actie steunen.

zeer mee eens zeer mee oneens

11. Ik zou het doel van de actie steunen (met bijvoorbeeld tijd of een donatie).

zeer mee eens zeer mee oneens

12. Ik zou, na het lezen van het artikel, de organisatie Milieudefensie steunen.

zeer mee eens zeer mee oneens

13. Kende u de organisatie Milieudefensie? Ja Nee

15. In het krantenartikel op pagina 3 wordt een activiteit van Milieudefensie besproken. Geef aan in welke mate u de volgende typeringen bij **de betreffende actie (afhankelijk van gebruikte artikel)** vindt passen.

| Typering | helemaal | redelijk | neutraal | niet zo | helemaal niet |
|------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Attenderend op iets | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mat/bleek | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Voornamelijk confronterend | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Gericht op feitelijke argumentatie | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kleurloos | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Beeldend | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Levendig | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Met de neus op de feiten drukkend | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Vitaal | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Voornamelijk informierend | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Krachtig | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Origineel | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

16. Het doel van Milieudefensie is een eerlijke verdeling van milieu gebruiksruimte, een schone wereld waar het goed toeven is voor iedereen en waarin mens en milieu niet ondergeschikt zijn aan de economie. In hoeverre vindt u dat zij, na het lezen van het krantenartikel, geloofwaardig overkomt?

zeer geloofwaardig totaal niet geloofwaardig

17. Milieudefensie wil zoveel mogelijk mensen betrekken bij haar activiteiten. In hoeverre vindt u dan dat Milieudefensie geloofwaardig overkomt?

zeer geloofwaardig totaal niet geloofwaardig

Om deze enquête af te sluiten heb ik nu nog een aantal algemene vragen voor u. Dit is nodig om een goed beeld te krijgen van de totale groep mensen die de vragenlijst heeft ingevuld.

18. Wat is uw leeftijd? jaar

19. Wat is uw geslacht? Man Vrouw

20. Wat is uw opleidingsniveau?

basisschool VMBO (voorheen LBO en Mavo) Havo VWO

MBO HBO Universiteit

21. Bent u lid of donateur van Milieudefensie? Ja Nee

22. Bent u (ook nog) lid of donateur van een andere natuur- of milieuorganisatie?

Ja Nee

Nog een goede reis en hartelijk bedankt voor uw medewerking!

**Met vriendelijke groet
Job Hoogstraat**

BIJLAGE II

Het stimulusmateriaal

Artikel 1 Bleek en confronterend

Kort geding om illegaal recreatiepark in het Groene Hart

**AMSTERDAM - Milieude-
fensie heeft een kort ge-
ding tegen het gemeen-
tebestuur van Alkemade
aangespannen. De mi-
lieuvereniging zegt dat
de gemeente ten on-
rechte een projectont-
wikkelaar toestaat te
bouwen in het Groene
Hart.**

Zowel het ministerie van
VROM als de provincie

Zuid-Holland hebben het
gemeentebestuur opgedra-
gen op te treden tegen de
project-ontwikkelaar, om-
dat de bouw van de 74
recreatievilla's in een Nati-
onaal Landschap in strijd is
met de bestemmingsplan-
nen en het rijksbeleid.

Ook de inwoners van de
gemeente en andere om-
wonenden van het Groene
Hart steunen de aanklacht

van Milieudefensie. Daar-
naast zijn zij bezig met het
starten van een eigen
juridische procedure.

Dit zou echter allemaal
tevergeefs kunnen zijn.
Minister Dekker is bezig
met de nieuwe Nota Ruim-
te. Daarin staat zij klein-
schalige nieuwbouw in de
Nationale Landschappen
toe.

Artikel 2 Bleek en informierend

Omwonenden praten over bebouwing Groene Hart

**ROELOFARENDVSVEEN -
Milieudefensie heeft za-
terdag in Huis ter Veen
in Roelofarendsveen een
openbare conferentie
gehouden waarin de be-
bouwing van het Natio-
nale Landschap het
Groene Hart aan bod
kwam.**

Het doel van de bijeen-
komst was mensen te sti-
muleren zich meer met hun

eigen leefomgeving te
bemoeien en omwonenden
aan te zetten tot nieuwe
initiatieven.

De conferentie, waarbij zo
een tweehonderd geïnter-
esseerden uit de wijde
omgeving van het Groene
Hart aanwezig waren,
begon met workshops waa-
rin de huidige bestem-
mingsplannen, het huidige
rijksbeleid en de nieuwe

Nota Ruimte van minister
Dekker aan bod kwamen.
Daarin maakt zij de weg
vrij voor kleinschalige
nieuwbouw in de Nationale
Landschappen.

Na de pauze bespraken
Milieudefensie en de om-
wonenden de mogelijkhe-
den tot actie en discus-
sieerden zij over de aanpak
van de gemeente en pro-
jectontwikkelaars.

Artikel 3 Levendig en confronterend

Milieubeweging ontmantelt illegale recreatievilla in Groene Hart

Roelofarendsveen - Actievoerders van Milieudefensie hebben maandag een aanvang gemaakt met de sloop van een modelwoning in het recreatiepark De Wijde Aa in het Groene Hart.

Doordat deze woning net verkocht was en opgeleverd moest worden, ontstond een rare situatie: ac-

tievoerders begonnen met het dicht tapen van ramen en deuren en het verwijderen van dakpannen, terwijl binnen bouwvakkers bezig waren met de laatste klusjes.

De actie is een protest tegen het gedogen van 74 illegale recreatievilla's in het Groene Hart door de gemeente Alkemade en tegen de Nota Ruimte van mini-

ster Dekker, die kleinschalige bebouwing in beschermde gebieden mogelijk maakt.

Volgens Milieudefensie worden hierdoor de Nationale Landschappen verpest en ontstaan situaties als in de gemeente Alkemade wanneer het rijk de ruimtelijke ordening overlaat aan provincies en gemeenten.

Artikel 4 Levendig en informierend

Fietstocht door het Groene Hart

AMSTERDAM - Het afgelopen weekend hebben onder het motto 'Geniet nu het nog kan' duizenden fietsers deelgenomen aan een fietstocht van Milieudefensie door het Groene Hart.

De milieuvereniging had fietstochten uitgezet door verschillende Nationale Landschappen, waaronder het Groene Hart, die de

deelnemer kon downloaden van haar website. Had de fietser de route voor 18 juni onder achterlating van naam en adres aangevraagd, dan kreeg hij een fietskaart toegestuurd. Ongeveer tweehonderd mensen hebben van deze mogelijkheid gebruik gemaakt.

De campagne had als doel de schoonheid van de Na-

tionale Landschappen meer in de belangstelling te plaatsen. Volgens Milieudefensie wordt deze schoonheid bedreigd door de plannen van minister Dekker in de nieuwe Nota Ruimte. Daarin maakt zij de weg vrij voor kleinschalige nieuwbouw in de nu nog beschermde Nationale Landschappen.

BIJLAGE III

Artikel uit NRC-Handelsblad van 22 juni 2004

'Het lijkt wel een kleine Vinex-wijk' **Protest tegen achteraf legaliseren van zomerhuisjes in Groene Hart**

Hoe zwaar wordt het landschap in het Groene Hart verpest door de bouw van 74 recreatievilla's? Milieudefensie voert actie.

**Door onze redacteur
ARJEN SCHREUDER**

Roelofarendsveen, 22 juni. Langs de grillige oevers van de Wijde Aa in het Zuid-Hollandse deel van het Groene Hart ligt sinds een jaar een vakantiepark met 74 recreatiewoningen. "Dit is niet de manier om het groene poldertje van ons dorp open te houden", zegt omwonende Marian van der Meer uit Roelofarendsveen. Zij voert actie tegen de burens. Ook Vereniging Milieudefensie trekt ten strijde. "Het landschap wordt verpest. Hier zie je wat er gebeurt als het rijk de ruimtelijke ordening overlaat aan provincie en gemeenten", zegt Willem Verhaak van Milieudefensie.

De woningen aan de Wijde Aa staan er illegaal, zo heeft de Raad van State in februari dit jaar bepaald. Het bestemmingsplan van de gemeente Alkemade staat niet toe dat er op die plaats in Roelofarendsveen recreatievilla's mogen worden gebouwd. Op het gebied ligt al een kwart eeuw de bestemming verblijfsrecreatie. Dat betekent dat er wel stacaravans mogen staan, maar geen zomerhuizen. "Die fout in het bestemmingsplan willen we nu herstellen", zegt gemeentesecretaris Kees Wassenaar van Alkemade.

De kwestie trekt al jaren ministeriële aandacht. Twee ministers van VROM hebben de projectontwikkelaar én de gemeente gewaarschuwd dat de bouw indruist tegen het rijksbeleid. "Het

onderhavige bouwplan is mijns inziens een onaanvaardbare aantasting van het rijksbeleid inzake het buitengebied, meer in het bijzonder van het Groene Hart", schreef PvdA-minister Jan Pronk ruim twee jaar geleden. Zijn opvolger Henk Kamp (VVD) herhaalde dat een half jaar later. "De bouw van de 74 woningen betekent een dusdanig grote inbreuk op het rijksbeleid dat ik niet bereid ben deze inzet van onderhandeling te maken."

Onlangs zijn de kansen gekeerd. Het kabinet wil de ruimtelijke inrichting meer overlaten aan provincies en gemeenten. De huidige minister Sybilla Dekker (VVD) is niet van plan zich met de kwestie te bemoeien. En in antwoord op vragen van Kamerlid Wijnand Duyvendak (GroenLinks) antwoordde zij enkele weken geleden dat in de nieuwe Nota Ruimte het Groene Hart weliswaar aangewezen wordt als nationaal landschap, maar dat daarin wel "ruimtelijke ontwikkelingen mogelijk zijn, mits de kernkwaliteiten van het landschap worden behouden of versterkt (-)." En: "De recreatiewoningen tasten de kernkwaliteiten van het Groene Hart in die zin niet aan."

Milieudefensie is verbolgen. Willem Verhaak: "Dit kabinet wil de ruimtelijke ordening decentraliseren. Er wordt gezegd dat lagere overheden de situatie beter kunnen beoordelen. In werkelijkheid hebben lagere overheden te weinig afstand om krachtig op te treden. De projectontwikkelaar begint brutaalweg te bouwen zonder vergunning, de gemeente is vervolgens niet tegen hem opgewassen."

De gemeente Alkemade wil de woningen legaliseren. Gemeentesecretaris Kees Wassenaar vindt dat de aantasting van

het landschap niet moet worden overgedreven. "Door de bestemming verblijfsrecreatie hadden op het terrein altijd al stacaravans en chalets kunnen staan. Waar je over zou kunnen twisten, is of woningen het landschap ernstiger aantasten." Op de ene helft van het terrein staan nu stacaravans en chalets, op de andere woningen. Actievoerder Marian van der Meer: "Dat is nu juist het grote verschil. Het ene terrein is met mos bedekt geschikt voor dieren. Het terrein met vakantiewoningen heeft het aanzien van een kleine vinex-wijk." Willem Verhaak: "Het gaat om ruime woningen met een verdieping die ver boven de dijk uitsteken en daardoor het landschap verpesten. Ze nodigen door hun luxe ook uit tot permanente bewoning."

Wat gaat de provincie Zuid-Holland doen? De actievoerders hebben een gesprek gevoerd met CDA-gedeputeerde Asje van Dijk. Die gaf hun de indruk dat hij niet van plan is te slopen. Eerder zal er sprake zijn van een afspraak waarbij de 74 woningen mogen blijven staan in ruil voor de belofte dat projectontwikkelaar Jan van Rijn, eigenaar van de grond, zijn plan om ook het andere gedeelte van het vakantiepark vol te zetten met huisjes, laat varen. Van Dijk nu: "We moeten beoordelen of de woningen in een kwetsbaar gebied liggen, en ook nagaan of er sprake is van goede landschappelijke inpassing en wellicht compensatie."

Jan van Rijn, die zelf op het terrein woont, zegt: "Er wordt gedaan of met deze 74 woningen het Groene Hart is volgebouwd. Daar moet ik zelf niet aan denken. Dan verdwijnt de recreatieve functie van het gebied. Maar je moet het

Groene Hart wel revitaliseren, met clustertjes recreatie zoals hier." Dat hij zonder bouwvergunning is gaan bouwen, berust op een misverstand. "In het begin dacht ik een bouwvergunning te hebben. Toen er daarna problemen kwamen, kon ik niet meer terug. Dan had ik de aannemers achter mijn broek gehad met enorme schadeclaims."

De actievoerders hebben geen medelijden. Verhaak: "Het is altijd hetzelfde: gemeenten doen vage toezeggingen, projectontwikkelaars happen toe en als er problemen ontstaan, gaan ze zelig doen." Vanmorgen heeft Milieudefensie dakpannen van een modelwoning verwijderd. "Om te laten zien dat deze huizen hier niet thuis horen."

BIJLAGE IV

Artikel uit Ravage van 2 juli 2004

Milieudefensie 'sloopt' recreatievilla

Actievoerders van Milieudefensie hebben aanvang gemaakt met de 'sloop' van een modelwoning van het recreatiepark 'De Wijde Aa', midden in het Groene Hart. De actie is een protest tegen het gedogen van deze illegale recreatievilla's én tegen de Nota Ruimte van minister Dekker (VROM), die dit soort bebouwing in beschermde landschappen mogelijk maakt.

"Deze woningen zijn illegaal, maar jullie actie is ook illegaal!", schreeuwde de boze beheerder van het recreatiepark De Wijde Aa, gelegen aan de oevers van de gelijknamige rivier in het Zuid-Hollandse deel van het Groene Hart. Dat hij hiermee voor het oog van de camera van TV West expliciet toegaf dat de 74 recreatievilla's zonder de juiste vergunningen zijn gebouwd, ontging hem waarschijnlijk.

Toch hebben zowel de Raad van State als de voormalige VROM-ministers Pronk en Kamp de 74 villa's aan de Aderweg in Roelofarendsveen illegaal verklaard omdat ze in strijd zijn met de bestemmingsplannen en het rijksbeleid. De villa's staan immers midden in Nationaal Landschap het Groene Hart en daar is voor dit soort bebouwing geen plaats, zo lieten zowel Pronk als Kamp weten.

Projectontwikkelaar Jan van Rijn liet zich echter niet afschrikken door de dreigementen van VROM en ging gewoon door met de bouw van het villapark. Hierin gesteund door het gemeentebestuur dat hem zijn gang liet gaan. Boze inwoners van de gemeente Alkemade, die in meerderheid tegen de bouw zijn, richtten Vereniging Veenderpolder en Wijde Aa op, en begonnen evenals VROM een juridische procedure tegen de bouw.

Dit voorjaar bepaalde de Raad van State dat de villa's illegaal zijn, maar inmiddels wel zijn gebouwd én deels verkocht. Het gemeentebestuur vorig jaar al te bemiddelen tussen de projectontwikkelaar en het ministerie. Inzet: de huidige villa's zouden gelegaliseerd worden, en Van Rijn zou zijn plannen

voor nog eens vijftig villa's afblazen.

Pronk en Kamp voelden hier niks voor, maar de huidige minister van VROM, Dekker, stelde Van Rijn tijdens een bezoekje aan zijn recreatiepark gerust. De nieuwe Nota Ruimte, die zij in april aan de Tweede Kamer heeft voorgelegd, maakt immers de weg vrij voor dit soort 'kleinschalige' nieuwbouw in het Groene Hart en andere nu nog beschermde Nationale Landschappen.

Milieudefensie vindt het onvoorstelbaar dat bouwers die, tegen de wet en de wil van de lokale bevolking in, toch bouwen, nu door Dekker worden beloond. Bovendien bevestigt de situatie in de gemeente Alkemade de kritiek van Milieudefensie op de Nota Ruimte waarin gemeenten en provincies veel meer verantwoordelijkheid krijgen.

"Gemeenten blijken niet bij machte om op te treden tegen projectontwikkelaars die hun eigen belangen doordrukken. En provincies zijn, zonder ruggesteun van een duidelijk landelijk beleid, evenmin geneigd om in te grijpen", zegt campagneleider Willem Verhaak. De provincie Zuid-Holland heeft jarenlang gezamenlijk met het ministerie van VROM opgetrokken om de gemeente en projectontwikkelaar tot de orde te roepen. Maar nu minister Dekker zich terugtrekt in deze zaak lijkt de provincie mee te buigen met het gemeentebestuur.

Om de Vereniging Veenderpolder en Wijde Aa te ondersteunen in haar verzet tegen de villa's en omdat het recreatiepark een goed voorbeeld is van wat ons te wachten staat als de Nota Ruimte dit najaar ongewijzigd door de

Tweede Kamer wordt aangenomen, besloot Milieudefensie op 22 juni het goede voorbeeld te geven en alvast te beginnen met de ontmanteling van de modelwoning van het villapark. Helaas bleek de modelwoning net te zijn verkocht en zou die ochtend worden opgeleverd. Hierdoor ontstond een bizarre situatie: terwijl enkele bouwvakkers binnen bezig waren met de laatste klusjes, begonnen actievoerders van Milieudefensie met het dichttappen van ramen en deuren en het verwijderen van de dakpannen.

Uiteraard werd de beheerder van het terrein - de zoon van Van Rijn - woest en wilde hij de ladders waarop de activisten stonden, wegtrekken. De actievoerders waren echter veruit in de meerderheid en wisten hem in toom te houden. Toen na een half uur de politie arriveerde en een deel van de dakpannen was verwijderd, werd de actie gestaakt.

Milieudefensie hoopt dat de Tweede Kamer nu haar verantwoordelijkheid neemt en ervoor zorgt dat het Groene Hart en andere Nationale Landschappen wél worden beschermd. Om Kamerleden op het hart te drukken de Nota Ruimte ingrijpend te wijzigen verzamelde Milieudefensie de afgelopen weken zo'n twintigduizend 'hartenkreten'.

Hierin doen bezorgde burgers een hartstochtelijke oproep aan de leden van de Tweede Kamer om de schaarse rust en ruimte in Nederland te beschermen. De hartenkreten werden op maandag 29 juni, voorafgaande aan het hoofdlijnen-debat aan leden van de Tweede Kamer aangeboden.

Meer info: www.milieudefensie.nl

BIJLAGE V

Selectiecriteria krantenartikelen

De criteria zijn onderverdeeld in drie groepen. Onder elke groep staan enkele punten vermeld waarmee de artikelen daadwerkelijk beoordeeld zijn.

Groep 1: criteria voortkomend uit de probleemstelling "Hoe beleeft het 'gewone publiek' de verschillende actievormen van Milieudéfensie waarmee het via de media in aanraking komt?".

- er moet duidelijk naar voren komen dat het om Milieudéfensie gaat;
- het moet in de uiting duidelijk zijn waar Milieudéfensie mee bezig is;
- het moet duidelijk zijn wat de rol van Milieudéfensie bij de actie is;
- het mag geen artikel zijn waarin de schrijver te duidelijk een bepaalde mening over Milieudéfensie laat doorklinken, het onderwerp dient een actie van Milieudéfensie zijn;
- dient duidelijk naar voren te komen waarvoor of -tegen de actie gericht is: de attitude richting Milieudéfensie kan namelijk heel goed gelijk zijn aan de attitude richting de betreffende actie;
- het artikel dient niet over Milieudéfensie in het algemeen te gaan, maar over een specifieke actie.

Groep 2: criteria voortkomend uit meelevendheid met de respondenten.

- krantenartikelen liever niet te lang: maakt het te vermoeiend om te lezen, misschien zelfs saai: de respondenten moeten hun aandacht de hele tijd goed bij de media-uitingen en het onderzoek kunnen houden.

Groep 3: criteria voortkomend uit de gedachte van representativiteit.

- maximaal twee jaar oud;
- de uitingen dienen een dwarsdoorsnede van de acties te zijn: zowel bleke als gemiddelde als levendige acties;
- van elk campagnegebied in ieder geval vijf artikelen (dus bij elkaar minstens dertig artikelen): is de eerste selectie, door middel van vooronderzoeken worden de uitingen die gebruikt worden in het onderzoek geselecteerd;
- de artikelen dienen uit zoveel mogelijk verschillende kranten te komen: hiermee wordt voorkomen dat een bepaalde krant elke keer vanuit een bepaalde hoek over Milieudéfensie schrijft, dat kan de attitude van de respondenten beïnvloeden;
- de artikelen dienen niet elke keer van de hand van dezelfde schrijver of verslaggever zijn: ook hiermee wordt geprobeerd te voorkomen dat het gebruik van een bepaalde toon de resultaten van het onderzoek beïnvloedt.

BIJLAGE VI

Tabel oplossingen voor milieuproblemen

In de onderstaande tabel is te zien hoeveel respondenten welke mate van noodzaak ziet om een bepaald milieuprobleem op te lossen. De problemen zijn in volgorde van belangrijkheid geplaatst. Het probleem met de meeste noodzakelijk scores is als eerste genoemd.

| Milieuprobleem | EEN OPLOSSING IS: | | | | |
|---|-------------------|------------|---------------------|------------|----------|
| | noodzakelijk | wense-lijk | niet zo belang-rijk | niet nodig | kan niet |
| Het verdwijnen van bossen op de hele wereld | 110 | 30 | 2 | | 18 |
| Luchtverontreiniging ten gevolge van het verkeer | 100 | 20 | 4 | | 36 |
| De wereldwijde klimaatverandering | 92 | 22 | 2 | | 44 |
| Gevolgen van intensieve landbouw en veeteelt voor het milieu | 64 | 40 | 32 | 22 | 2 |
| Stoffen in consumentenproducten, die in grote hoeveelheden schadelijk zijn voor mens en milieu | 62 | 40 | 36 | 36 | |
| De aanleg van snelwegen en andere infrastructuur, die het landschap aantasten | 62 | 36 | 32 | 12 | 18 |
| Het verdwijnen van groene ruimte door woningbouw en aanleg bedrijventerreinen | 56 | 44 | 24 | 8 | 28 |
| De negatieve effecten van (resten) bestrijdingsmiddelen voor mens en milieu | 44 | 42 | 38 | 36 | |
| De overbodige verpakkingen rond consumentenproducten | 36 | 58 | 40 | 26 | |
| Het toename van het vliegverkeer | 26 | 48 | 28 | 52 | 6 |
| Transporten met gevaarlijke stoffen (bijv. chloor) door dichtbevolkte gebieden | 24 | 48 | 44 | 42 | 2 |
| Gemeenten die te weinig het goede voorbeeld geven met betrekking tot klimaat, bijv. gebruik groene stroom | 20 | 30 | 52 | 58 | |
| Het gebrek aan openheid van energiebedrijven over de bronnen waaruit hun stroom komt | 10 | 26 | 62 | 62 | |

BIJLAGE VII

De interactie-effecten in figuren

