

Het vermogen om het vertrouwen in de Rechtspraak te herstellen

De invloed van communicatiestrategieën bij het herstel
van het vertrouwen in de Rechtspraak

10 mei 2010

Universiteit Twente

Faculteit Gedragswetenschappen

Nahrin Kara

Email: nkara87@gmail.com

Afstudeercommissie:

Eerste begeleider: Dr. P.A.M. Kommers

Tweede begeleider: Dr. L.A.L. van de Wijngaert

Het vermogen om het vertrouwen in de Rechtspraak te herstellen

De invloed van communicatiestrategieën bij het herstel van het vertrouwen in de Rechtspraak

Nahrin Kara

Universiteit Twente

Faculteit Gedragswetenschappen

Afstudeercommissie:

Eerste begeleider: Dr. P.A.M. Kommers

Tweede begeleider: Dr. L.A.L. van de Wijngaert

Samenvatting

Dit onderzoek was een studie naar het vermogen om het vertrouwen in de Rechtspraak te herstellen bij incidentele gevallen waar een uitspraak niet voldoet aan het rechtvaardigheidsgevoel. Persrechters kunnen na een rechtszaak worden gevraagd om de uitspraak nader toe te lichten. Een voorbeeld is de uitspraak over de moord op de peuter Diego Hardeman; de moeder en de partner zijn vrijgesproken terwijl de rechtsbank zeker wist dat minimaal één van de twee verdachten of beiden schuldig waren, maar dit niet konden bewijzen. RTV Oost heeft na afloop van de uitspraak een persrechter om een toelichting gevraagd. Er werd op een rationele manier een toelichting gegeven: alleen feiten en rationele argumenten werden gebruikt. Emotionele argumenten werden buiten beschouwing gelaten. In deze studie is onderzocht of emotionele argumenten in een toelichting voor een betere reparatie van het vertrouwen in de Rechtspraak kan zorgen na een uitspraak die niet voldoet aan het rechtvaardigheidsgevoel. De Rechtspraak kan dan overwegen om emotionele argumenten toe te staan bij toelichtingen van een persrechter, om het vertrouwen te herstellen na een uitspraak. Een rechter in opleiding (raio) van de rechtbank in Almelo heeft vier varianten van communicatiestrategieën gespeeld om te kunnen onderzoeken welke strategie voor de beste reparatie zorgt. De volgende communicatiestrategieën zijn getoetst: Emotioneel, Rationeel en de combinatiestrategieën Emotioneel – Rationeel (E-R) en Rationeel – Emotioneel (R-E) bij middelbare scholieren. De studie is verricht om een antwoord te geven op de volgende hoofdvraag: **Welke communicatiestrategie kan het beste ingezet worden voor een herstel van het vertrouwen in de Rechtspraak, na en gebeurtenis waardoor het vertrouwen geschaad is?**

Uit de analyses is gebleken dat niet alle items uit de vragenlijst bij elkaar opgeteld kunnen worden om het vertrouwen in de Rechtspraak te meten. Er is verder geanalyseerd met de items Bereikbaarheid, Samenhangendheid en Beloftevolbrenging. Uit het onderzoek is gebleken dat elke situatie een andere communicatiestrategie vergt. De meest overtuigende communicatiestrategie is de strategie E-R (eerst emotionele argumentatie, gevolgd door rationele argumentatie). In het algemeen zorgt de strategie R-E (eerst rationele argumentatie, gevolgd door emotionele argumentatie) voor de beste reparatie bij de beoordeling van de Bereikbaarheid en de Beloftevolbrenging. De strategie Rationeel zorgt voor de beste reparatie voor de beoordeling van de Samenhangendheid. Bij Rationeel ingestelde mensen (men is niet rampgevoelig en geven een hogere beoordeling voor de items) zorgt een communicatiestrategie voor een daling in de beoordeling van de items. Bij Rationeel ingestelde mensen hoeft dus geen communicatiestrategie ingezet te worden. Wanneer men niet rampgevoelig is en de beoordeling van de items hetzelfde blijft na het zien van het rampvideofragment, blijkt de strategie R-E de beste beoordeling te geven voor de Bereikbaarheid. Voor de beoordeling van de Samenhangendheid is dit de strategie E-R en voor de Beloftevolbrenging de strategie Emotioneel. Bij Emotioneel ingestelde mensen daalt de beoordeling na het zien van het rampvideofragment. Bij deze groep blijkt de strategie R-E voor de beste reparatie te zorgen voor de beoordeling van de Bereikbaarheid, de strategie Rationeel voor de beoordeling van de Samenhangendheid en de strategie Emotioneel voor de beoordeling van de Beloftevolbrenging. Kortom: er kan geen eenduidige conclusie getrokken worden. Voor elk onderdeel van het begrip

vertrouwen zorgt een ander strategie voor de beste reparatie. Ook hangt het effect van de reparatiestrategie af van hoe de persoon is ingesteld (emotioneel/rationeel).

Persrechters geven in de huidige situatie alleen maar feiten en rationele argumenten om een vonnis toe te lichten. Uit de resultaten van dit onderzoek is gebleken dat dit vooral goed is voor de beoordeling van de Samenhangendheid. Verder is gebleken dat alleen emotionele argumenten en combinaties van rationele en emotionele argumenten ook de beoordeling over de Rechtspraak ten goede laten komen. Indien de Rechtspraak emotionele argumenten toelaat, kunnen positieve emotionele reacties het oordeel over het vonnis van de Rechtspraak beïnvloeden. De toelichting wordt dan overtuigender bevonden en de Rechtspraak zal beter beoordeeld worden. Geadviseerd wordt om emotionele argumentatie toe te laten in de Rechtspraak en om nader onderzoek te doen hoe dit geïmplementeerd kan worden.

1. Inleiding	7
2. Theoretisch kader	10
2.1 De organisatie.....	10
2.1.1 Identiteit en imago van de Rechtspraak	10
2.1.2 Stakeholders van de Rechtspraak	12
2.1.3 Vertrouwen in de Rechtspraak.....	12
2.2 De mens: besluitvorming en persoonlijkheid.....	13
2.2.1 Besluit- en beeldvorming.....	13
2.2.2 PERSOONLIJKHEID	15
2.3 De communicatiestrategie: effect op besluitvorming	16
2.3.1 De rationele communicatiestrategie	16
2.3.2 De emotionele communicatiestrategie.....	17
2.3.3 Combinatiestrategie	18
2.4 Onderzoeksvraag	19
3. Onderzoeksmethode.....	21
3.1 Meetinstrumenten.....	21
3.1.1 De vragenlijst	21
3.1.2 De videofragmenten	24
3.2 Onderzoeksopzet.....	27
3.2.1 Pretest	27
3.2.2 Hoofdonderzoek	28
3.3 Populatie en steekproef.....	29
3.3.1 Responspercentage	30
3.4 Procedure	30
4. Resultaten.....	32
4.1 Betrouwbaarheidsanalyse vragenlijst.....	32
4.2 Analyse van de vragenlijsten (gemiddelde effecten van de videofragmenten).....	33
4.3 Reacties van leerlingen na het zien van de videofragmenten.....	34
4.4 Analyse van de vragenlijsten (beoordeling van de toelichting en het vertrouwen)	35
4.5 Analyse van de effecten van de communicatiestrategie.....	38
4.6 Analyse van het Reparatie-effect op basis van de persoonlijkheid	39
4.7 Analyse van het Reparatie-effect op basis van het Rampeffect.....	40
4.7.1 Analyses bij Rampeffect < 0 (hogere beoordeling na het zien van de ‘ramp’)	41
4.7.2 Analyses bij Rampeffect $= 0$ (beoordeling blijft gelijk na het zien van de ‘ramp’).....	42
4.7.3 Analyses bij Rampeffect > 0 (lagere beoordeling na het zien van de ‘ramp’)	43

4.7.4 Beste strategie op basis van het Rampeffect.....	44
5. Conclusies	45
5.1 Beantwoording van de deelvragen	45
5.2 Beantwoording van de hoofdvraag.....	48
5.3 Aanbevelingen	49
6. Discussie	50
Referenties.....	53
Bijlagen	56
Bijlage 1 – De vragenlijsten	56
Bijlage 2 – Vragenlijst pretest	61
Bijlage 3 – Introductietekst.....	64
Bijlage 4 – Algemene gegevens	66
Bijlage 5 – Beoordeling van de vragenlijsten per stelling en Paired Samples T-Test	67
Bijlage 6 – Correlaties	68
Bijlage 7 – Reacties van leerlingen na het zien van de videofragmenten	70
Bijlage 8 – Verschillen na reparatievideo One-Way ANOVA en Post Hoc Bonferroni.....	72
Bijlage 9 – Paired Samples T-Test tussen drie vragenlijsten conditie Emotioneel	73
Bijlage 10 – Paired Samples T-Test tussen drie vragenlijsten conditie Rationeel	74
Bijlage 11 – Paired Samples T-Test tussen drie vragenlijsten conditie E-R.....	75
Bijlage 12 – Paired Samples T-Test tussen drie vragenlijsten conditie R-E.....	76
Bijlage 13 – Verschillen bij Rampeffect One-Way ANOVA en Post Hoc Bonferroni.....	77
Bijlage 14 – Verschillen bij Reparatie-effect One-Way ANOVA en Post Hoc Bonferroni	78
Bijlage 15 – Effecten media op Rampeffect One-Way ANOVA en Post Hoc Bonferroni	79
Bijlage 16 – Effecten media op Reparatie-effect One-Way ANOVA en Post Hoc Bonferroni.....	82
Bijlage 17 – Effecten van algemene gegevens op Rampeffect.....	84
Bijlage 18 – Effecten van algemene gegevens op Reparatie-effect	86
Bijlage 19 – Analyses bij Rampeffect < 0 One-Way ANOVA en Post Hoc Bonferroni.....	88
Bijlage 20 – Analyses bij Rampeffect $= 0$ One-Way ANOVA en Post Hoc Bonferroni.....	89
Bijlage 21 – Analyses bij Rampeffect > 0 One-Way ANOVA en Post Hoc Bonferroni.....	90

1. Inleiding

In november 2008 heeft de rechtbank in Almelo twee verdachten vrijgesproken van moord op de peuter Diego Hardeman. Deze peuter is door bruut geweld om het leven gekomen. Het stond vast dat óf de moeder óf haar partner óf beide verdachten schuldig waren aan de dood van dit kind. Echter, er kon door de warrige verklaringen niet bewezen worden wie van de twee verantwoordelijk was. De rechtbank kon het risico niet lopen om een onschuldige persoon te berechten en daarom was de uitspraak: vrijspraak voor beide verdachten (De Rechtspraak, 2008). Veel mensen waren verontwaardigd en konden niet begrijpen waarom de rechtbank de verdachten had vrijgesproken (Hyves.nl, 2008; Tc Tubantia, 2008). De uitspraak voldeed niet aan het rechtvaardigheidsgevoel en het ligt voor de hand te veronderstellen dat het vertrouwen in de Rechtspraak daalt.

Uit het onderzoek van Dekker & Van der Meer (2007) blijkt dat het vertrouwen in de Rechtspraak schommelt, maar niet daalt. Eind 2006 had 31 procent van Nederlandse bevolking van zestien jaar en ouder onbeperkt en veel vertrouwen in de Rechtspraak. Ruim twintig procent had geen of zeer weinig vertrouwen in de Rechtspraak, 44 procent had 'enig vertrouwen'. Dit percentage vertrouwen (31%) kan te weinig zijn voor een orgaan die één van de belangrijkste functies in de samenleving heeft. Dit onderzoek wordt verricht om de invloed van incidentele gevallen, die het vertrouwen in de Rechtspraak kunnen laten dalen, te beperken door te onderzoeken hoe het vertrouwen hersteld kan worden na een vonnis die het vertrouwen laat dalen. Het gaat hier om het herstellen van het vertrouwen na het zien van een uitspraak die niet voldoet aan het rechtvaardigheidsgevoel.

Wat is de Rechtspraak en hoe zien anderen de Rechtspraak? Deze vragen hebben beide te maken met de begrippen 'identiteit' en 'imago'. Het imago van een organisatie is afhankelijk van de identiteit (Birkigt & Stadler, 1986). Het imago is als het ware een afspiegeling van wat de Rechtspraak is. Iemands overtuigingen, ideeën, gevoelens en impressies spelen een rol bij de vorming van het imago (Van Rekom, 1997). Imago kan dus gezien worden als iemands beeld van een organisatie en de indrukken die het communiceert. Voor het hebben van vertrouwen in een organisatie, speelt het imago een belangrijke rol. In het bijzonder is vertrouwen een essentieel onderdeel voor het imago van een organisatie (Genna, 2009). Voor de Rechtspraak is het dus van belang dat het imago en het vertrouwen als het ware gemanaged wordt.

Als de Rechtspraak de burgers hun mening over de Rechtspraak wil beïnvloeden, kan dit door middel van het gedrag van de organisatie en de communicatie met anderen gerealiseerd worden. Gedrag en communicatie komen in een communicatieproces naar voren (Birkigt & Stadler, 1986; Brown, Dacin, Pratt & Whetten, 2006) en kan tot stand gebracht worden door middel van een communicatiestrategie. Hier spelen besluitvorming en beeldvorming een belangrijke rol voor de burgers. Indien er een besluit moet worden gemaakt, hangt deze af van de 'fit' met de persoonlijke waarden, doelen en strategieën, ook wel het beeld genoemd (Dunegan, 1998 en Beach, 1990; geciteerd in Morell, 2004). In het besluitvormingsproces speelt het beeld wat men heeft een rol. Men kan besluiten, door middel van het beeld, om meer of minder vertrouwen in een organisatie te krijgen. Bij de rechtszaak over de moord op

Diego Hardeman, kan er een besluit genomen worden om wel of niet te conformeren aan de uitspraak. Door middel van het gebruik van emotie of ratio kan besluitvorming tot stand worden gebracht of worden beïnvloed (Denes-Raj, & Epstein, 1994). Er bestaan mensen die van nature meer rationeel dan emotioneel zijn ingesteld en anderen die meer emotioneel dan rationeel hun gedachten vormen. Zo ontstaan er dus emotionele mensen en rationeel denkende mensen, waardoor de besluitvorming per persoon kan verschillen.

De Rechtspraak moet een manier vinden om het imago, en hiermee het vertrouwen na het zien van een uitspraak die niet voldoet aan het rechtvaardigheidsgevoel, te herstellen. Uit onderzoeken is gebleken dat wanneer autoriteiten burgers met vertrouwen, eerlijkheid, respect en neutraliteit behandelen, deze niet alleen meer bereid zijn om samen te werken, maar ook eerder de besluiten en richtlijnen zullen naleven (Tyler, 1990; geciteerd in Murphy & Tyler, 2008). In de casus van de Rechtspraak betekent dit dat men zich kan gaan conformeren aan de vonnissen. Communicatiestrategieën worden in de praktijk veel ingezet om een boodschap over te brengen aan burgers, vooraf wordt bepaald wat het doel van de strategie is. Een communicatiestrategie dient als leidraad om activiteiten te ontwikkelen die tot doel hebben individuen van een bepaalde boodschap te overtuigen en tot actie te stimuleren (Seydel, 1991). Een communicatiestrategie kan op verschillende manieren ingezet worden en tot uiting worden gebracht. Een voorbeeld van een uiting die veel ingezet wordt bij de Rechtspraak is een toelichting van een persrechter. Ook na de uitspraak van de rechtszaak over de moord op Diego Hardeman is een persrechter om een toelichting gevraagd. De persrechter hanteert dan een van tevoren bepaalde strategie, om de uitspraak zo goed mogelijk toe te lichten. Hierdoor kan de daling van het vertrouwen in de Rechtspraak beperkt worden. Echter, persrechters mogen alleen een toelichting geven over de inhoud van de uitspraak, alleen feiten en rationele argumenten mogen worden weergegeven (de identiteit van de Rechtspraak). Het is interessant te onderzoeken of het vertrouwen in de Rechtspraak positiever word indien ook emotionele argumenten gebruikt mogen worden, omdat een toelichting van een persrechter effect kan hebben op het vertrouwen in de Rechtspraak. Emotionele argumenten mogen namelijk niet gebruikt worden. Uit onderzoek is namelijk gebleken dat positieve en negatieve emotionele reacties op (on)rechtvaardigheidsgevoel, voorspellen wie wel en wie niet de besluiten en regels van autoriteiten naleven (Murphy & Tyler, 2008). Zal het vertrouwen in de Rechtspraak positiever worden, indien ook emotionele argumenten gebruikt mogen worden, of wordt deze juist negatiever? Wanneer de inhoud van berichten emoties bij de ontvanger oproepen, blijken deze zowel op het onthouden als het waarderen van de boodschap van invloed te zijn (Weinberger & Gulas, 1992). Hangt hierbij het effect van de communicatiestrategie af van de persoonlijkheid van de burger (emotioneel/rationeel ingesteld)? De probleemstelling die in dit onderzoek centraal staat is: *hoe kan het vertrouwen in de Rechtspraak hersteld worden en wat zijn de verklarende modellen?*

De uitkomsten van dit onderzoek zullen van toegevoegde waarde zijn voor de Rechtspraak. De Rechtspraak kan dan overwegen om emotionele argumenten toe te staan bij toelichtingen van een persrechter, om het vertrouwen te herstellen na een uitspraak. De Rechtspraak weet dan welke strategie

het beste ingezet kan worden bij een bepaalde een bepaalde mate van dalend vertrouwen en de persoonlijkheid van de burger. Dit onderzoek betreft een wetenschappelijk onderzoek onder een specifieke groep van de bevolking. De uitkomsten zijn daarom generaliseerbaar voor deze specifieke groep voor westerse landen en leveren tevens een bijdrage aan het wetenschappelijk onderzoek.

In het volgende hoofdstuk zal een theoretisch kader, het doel van het onderzoek en de onderzoeksvraag met de hypothesen beschreven worden, dit wordt onderbouwd met wetenschappelijke literatuur. In hoofdstuk 3 wordt de onderzoeksmethode beschreven, waar tevens de meetinstrumenten, de onderzoeksopzet, populatie en steekproef en de procedure worden besproken. Vervolgens worden in hoofdstuk 4 de resultaten behandeld. In het daaropvolgende hoofdstuk worden conclusies gegeven en aanbevelingen gedaan. Tot slot zal in hoofdstuk 6 een discussie aan bod komen.

Dankbetuigingen

Graag wil ik een aantal personen bedanken die mij hulp en ondersteuning hebben geboden. Ten eerste dank ik mijn begeleiders Dr. Piet Kommers en Dr. Lidwien van de Wijngaert (Universiteit Twente) die mij hebben geholpen bij het ontwikkelen van deze scriptie en hun feedback. Hiernaast gaat mijn dank uit naar Albert Klijn (Raad voor de Rechtspraak) voor zijn interesse in het onderwerp, het meedenken om een goed onderzoeksplan op te stellen en het aanbieden van literatuur. Dankbetuigingen voor Arno Flos (Rechtbank Almelo), die als persrechter de vier communicatiestrategieën wilde uitbeelden, Elly van der Wardt en Martijn van Wees (Rechtbank Almelo) die mij geholpen hebben om de communicatiestrategieën op een correcte manier in te vullen. Verder dank ik de docenten van het Bonhoeffer College in Enschede, die het mogelijk hebben gemaakt mijn onderzoek uit te voeren tijdens een aantal van hun lessen: Herman Gringhuis, Wim Routenberg en Eric Kobes (Bonhoeffer College, Bruggertstraat), Martine Waanders (Bonhoeffer College, Geessinkweg), Pierre Maas en meneer Smit (Bonhoeffer College, Van der Waalslaan). Tot slot dank ik mijn familie en vrienden voor hun steun en hun vertrouwen in mij.

2. Theoretisch kader

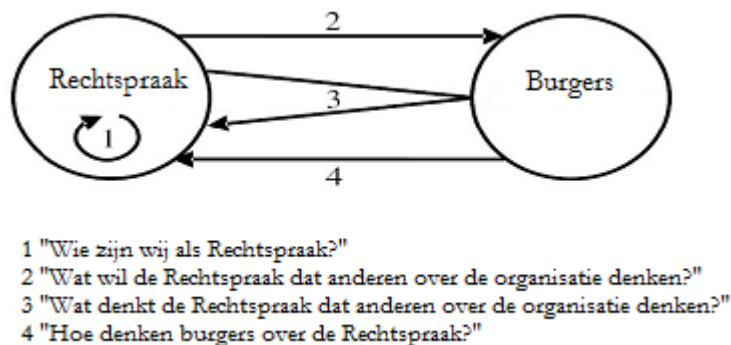
2.1 De organisatie

In deze paragraaf zal beschreven worden wat de identiteit en het imago van een organisatie is en waar deze belangrijk voor zijn. Stakeholders spelen hierbij een rol. Het vertrouwen in de organisatie zal verderop besproken worden en zal specifiek toegepast worden op de Rechtspraak.

2.1.1 Identiteit en imago van de Rechtspraak

Wat is de Rechtspraak en hoe zien anderen de Rechtspraak? Deze vragen hebben beide te maken met de begrippen 'identiteit' en 'imago'. Figuur 1 geeft de mogelijke kijkwijze op de Rechtspraak weer hoe er gekeken kan worden naar een organisatie. Dit model is gebaseerd op het origineel model van Brown, Dacin, Pratt & Whetten (2006) en wordt toegepast op de Rechtspraak in Nederland.

Figuur 1 Kijkwijze op de Rechtspraak



Gebaseerd op Key Organizational Viewpoints (Brown, Dacin, Pratt & Whetten, 2006)

Pijl 1 geeft de identiteit van een organisatie weer (Davies, 2003; geciteerd in Brown et al., 2006); wie zijn wij als organisatie? Dit is het zelfbeeld van een organisatie. De Rechtspraak is een autoritaire organisatie (Van der Meer, 2004). De Rechtspraak is een onafhankelijke buitenstaander die uitspraken doet die bindend zijn voor de partijen die bij een rechtbank voorkomen. De rechters zijn onafhankelijk, maar wel gebonden aan het recht, de Grondwet en andere wetten, eerdere uitspraken (jurisprudentie), internationale verdragen, gewoonten en gebruiken (De Rechtspraak, 2010). Pijl 2 geeft de corporate identity van een organisatie weer (Dacin & Brown, 2002; geciteerd in Brown et al., 2006); wat willen wij dat anderen over ons denken? De corporate identity wordt in de Agenda van de Rechtspraak 2008-2011 weergegeven via de doelstellingen (De Rechtspraak, 2007): "Deskundige-", "Betrouwbare-", "Effectieve Rechtspraak" en "Rechtspraak in de samenleving". Pijl 3 geeft de perceived external prestige van een organisatie weer; dit is de perceptie van het imago (Smidts, Pruyn, & van Riel, 2001; geciteerd in Brown et al., 2006); wat denken wij dat anderen over ons denken? De Rechtspraak geeft regelmatig in een vonnis weer wat zij denken dat anderen over hun denken (De Rechtspraak, 2008). Pijl 4 geeft wat stakeholders vinden van een organisatie (Barich & Kotler 1991; geciteerd in Brown et al., 2006). Dit kan gezien worden als het imago van een

organisatie. Hoewel de Rechtspraak een autoritaire organisatie is en als Deskundige-, Betrouwbare-, Effectieve Rechtspraak en maatschappelijk betrokken gezien wil worden, wordt de Nederlandse Rechtspraak voornamelijk beschouwd als een nationale overheidsorganisatie (Van der Meer, 2004).

Het model dat het meest gebruikt wordt om de relatie tussen identiteit en imago aan te geven, is het model van Birkigt & Stadler (1986). Hun Extended Corporate Identity Mix laat zien dat de corporate identity het geheel van gedrag, symboliek, communicatie en persoonlijkheid is. De persoonlijkheid van een organisatie is te zien als de diepst gewortelde normen en waarden; de cultuur. Dit wordt beïnvloed en geuit door het gedrag, symboliek en communicatie van de organisatie. Het imago van een bedrijf is afhankelijk van de identiteit. Het imago is als het ware een afspiegeling van de identiteit.

Van Gemert & Woudstra (2005) stellen dat het imago van een organisatie verwijst naar de associaties van stakeholders, wanneer ze geconfronteerd worden met het bedrijf. De identiteit speelt dus intern en het imago gaat over externe associaties. Imago wordt ook wel gezien als een set van betekenissen waar een bedrijf mee geïdentificeerd wordt en waarmee een organisatie met deze betekenissen beschreven, herinnerd en gerelateerd wordt (Dowling, 1986; geciteerd in Van Rekom, 1997). Iemands overtuigingen, ideeën, gevoelens en impressies over een bepaald object spelen een rol bij de vorming van het imago (Van Rekom, 1997). Imago kan dus gezien worden als iemands beeld van een organisatie en de indrukken die het communiceert. Vertrouwen hebben in een organisatie kan gezien worden als een onderdeel van het imago. Wanneer een organisatie zichtbaar een goed imago heeft, kan deze invloed hebben op het vertrouwen in de organisatie. Vertrouwen hebben in een organisatie is een essentieel punt voordat er samenwerkingsverbanden kunnen ontstaan (Morgan & Hunt, 1994). Voor een organisatie is het dus van belang dat het imago geobserveerd wordt en dat er gehandeld wordt wanneer het imago schade ondervindt. Een goed imago is essentieel voor een organisatie. Potentiële klanten kiezen eerder voor een organisatie met een goed imago, dan voor een organisatie met vergelijkbare diensten die een minder goed imago heeft (Eales, 1988 en Balmer, 1995; geciteerd in Melewar & Sounders, 1998). Consumenten “kopen” als het ware de organisatie die de producten maakt. Een slecht imago zorgt dus voor minder klanten en dus minder omzet. Zoals in het voorgaande al beschreven is, het imago is een afspiegeling van de identiteit van een organisatie. In de aspecten van identiteit (gedrag, symboliek, persoonlijkheid en communicatie) moet een identiteit en imago tot stand komen.

Als de Rechtspraak de burgers hun mening over de Rechtspraak wil beïnvloeden, kan dit door middel van het gedrag en de communicatie gerealiseerd worden. Gedrag en communicatie komen in een communicatieproces naar voren (zie pijl 2, figuur 1). Dit kan tot stand gebracht worden door middel van een communicatiestrategie. Hier speelt besluitvorming een belangrijke rol voor de burgers. Door middel van het gebruik van emotie of ratio kan besluitvorming tot stand worden gebracht of worden beïnvloed (Denes-Raj, & Epstein, 1994). In de volgende paragrafen zal hier dieper op in worden gegaan.

2.1.2 Stakeholders van de Rechtspraak

Mitchell, Agle & Wood (1997) onderscheiden twee soorten stakeholders: (1) groepen die van invloed zijn op de mate waarin de organisatie haar doelen bereikt, en (2) groepen die zelf invloed ondervinden van de mate waarin de organisatie haar doelen bereikt. Vooral de groepen die zelf invloed ondervinden kunnen een ander beeld krijgen door het handelen van de organisatie. Om deze reden is het imago van de Rechtspraak zeer belangrijk. De burgers zijn de belangrijkste stakeholders van de Rechtspraak. Het is voor de Rechtspraak zeer belangrijk dat men een goed beeld heeft van de organisatie. Stakeholders zijn zeer belangrijk voor een organisatie, het voortbestaan van een organisatie is namelijk afhankelijk van haar stakeholders (Mitchell et al., 1997).

2.1.3 Vertrouwen in de Rechtspraak

Een van de fundamenteën van de Nederlandse samenleving is het vertrouwen in de Rechtspraak. In de literatuur wordt vertrouwen gedefinieerd als Organizational Trust (OT). Volgens McKnight & Chervany (2000; geciteerd in Vidotto, Vicentini, Argentero, & Bromiley, 2008) is de Organizational Trust (OT) algemeen gedefinieerd als de mate van het vertrouwen (*confidence*) dat een individu heeft in de competenties van een ander en zijn of haar bereidheid om op een eerlijke, ethische en voorspelbare manier te handelen. Naast deze algemene definitie stellen Bromiley & Cummings (1995; geciteerd in Vidotto et al., 2008) een specifiekere beschrijving van OT: de overtuiging van een individu of de gedeelde overtuiging van deelnemers van een groep dat een ander individu of groep a) zich aan zijn of haar verplichtingen houdt, b) eerlijk heeft onderhandeld tijdens de totstandkoming van die verplichtingen en c) geen voordeel neemt uit anderen, zelfs als er een mogelijkheid aanwezig is.

In de literatuur komen veel elementen van het begrip vertrouwen naar voren. Tschannen-Moran & Hoy (2000) hebben de definities van het begrip vertrouwen, die in de literatuur naar voren komen, geanalyseerd en komen tot de volgende definitie: *“Trust is one party's willingness to be vulnerable to another party based on the confidence that the latter party is (a) benevolent, (b) reliable, (c) competent, (d) honest, and (e) open.”* Vertrouwen is de bereidheid om jezelf kwetsbaar op te stellen, er vanuit gaand dat de ander a) welwillend, (b) betrouwbaar, (c) bekwaam, (d) eerlijk, en (e) open is. Indien de ander niet voldoet aan deze eisen, kan er vanuit worden gegaan dat er geen of weinig vertrouwen zal ontstaan.

Uit onderzoek van Dekker & Van der Meer (2007) blijkt dat het vertrouwen in de Rechtspraak schommelt, maar niet daalt. Van der Meer (2004) stelt dat er een aantal factoren bestaan die samenhangen met het vertrouwen in de Rechtspraak. Deze factoren zijn:

- Institutioneel vertrouwen (m.n. vertrouwen in de politie);
- Tevredenheid over democratie;
- (Politiek) cynisme;
- Oordeel over het optreden tegen criminaliteit;
- Oordeel over de bestrafing van misdaad;
- Oordeel over contact met rechtbanken; en

- Het beeld dat rechters onzorgvuldig werken en dat er te veel misdadigers door justitiële fouten vrijkomen.

Met name de factoren institutioneel vertrouwen, tevredenheid over de democratie en het (politiek) cynisme worden veroorzaakt door invloeden die buiten het bereik staan van de Rechtspraak. Met andere woorden: de Rechtspraak kan vertrouwensschade ondervinden, zonder dat zij daar verantwoordelijk voor is. In dit onderzoek zal onderzocht worden of het oordeel over de bestaafing van een misdaad beïnvloedt kan worden en of dit het vertrouwen in de Rechtspraak ten goede kan komen.

In het onderzoek van Qrius (2006) is de overtuiging gevormd dat inzicht in en kennis van de wijze waarop de Rechtspraak haar dienstverlenende taak in onafhankelijkheid en onpartijdigheid vervult, noodzakelijk is voor het vertrouwen van de burgers in de Rechtspraak. Dit wordt eveneens bevestigd in het onderzoek van Kramer (1999). Hier wordt gesteld dat het hebben van vertrouwen in een organisatie een rationeel besluit kan zijn. Uit onderzoeken is gebleken dat wanneer autoriteiten burgers met vertrouwen, eerlijkheid, respect en neutraliteit behandelen, deze niet alleen meer bereid zijn om samen te werken, maar ook eerder de besluiten en richtlijnen zullen naleven (Tyler, 1990; geciteerd in Murphy & Tyler, 2008). Voor het hebben van vertrouwen in een organisatie, speelt het imago een belangrijke rol. In het bijzonder is vertrouwen een essentieel onderdeel voor het imago van een organisatie (Genna, 2009). Een imago staat voor positieve associaties met de organisatie, want iemands overtuigingen, ideeën, gevoelens en impressies over een bepaald object spelen een rol bij de vorming van het imago (Van Rekom, 1997). Zoals eerder vermeld kan het imago gezien worden als iemands beeld van een organisatie en de indrukken die het communiceert. Wanneer deze definitie van het begrip imago wordt aangehouden, kan het vertrouwen hebben in een organisatie gezien worden als een onderdeel van het imago. Het vertrouwen in de Rechtspraak kan dus ontstaan door het inzicht en de kennis, die gerelateerd zijn aan associaties met de organisatie, de overtuigingen, ideeën, gevoelens en impressies over de Rechtspraak. Uit ander onderzoek is gebleken dat positieve en negatieve emotionele reacties op (on)rechtvaardigheidsgevoel, voorspellen wie wel en wie niet de besluiten en regels van autoriteiten naleven (Murphy & Tyler, 2008). Emotionele reacties van burgers kunnen dus ook de overtuigingen, ideeën, gevoelens en impressies over de Rechtspraak beïnvloeden.

2.2 De mens: besluitvorming en persoonlijkheid

2.2.1 Besluit- en beeldvorming

Keuzes maken is een onderdeel van het menselijk leven. Besluitvorming en beeldvorming spelen een belangrijke rol voor de burgers. Indien er een besluit moet worden gemaakt, hangt deze af van de 'fit' met de persoonlijke waarden, doelen en strategieën, ook wel het beeld genoemd (Dunegan, 1998 en Beach, 1990; geciteerd in Morell, 2004). In het besluitvormingsproces speelt het beeld wat men heeft een rol. Men kan besluiten, door middel van het beeld, te conformeren aan een uitspraak van een rechtbank. Hierdoor kan men meer of minder vertrouwen in de Rechtspraak. Besluitvormingsprocessen spelen hierbij een rol. Hieronder zullen de processen besproken worden die in de literatuur naar voren komen. Verschillende

benaderingen stellen dat men op twee manieren informatie kan verwerken om tot een besluit te kunnen vormen. De eerste benadering wordt herkend door de volgende termen: rationeel, analytisch, overleg enz. (Denes-Raj, & Epstein, 1994). Dit zal geformuleerd worden als rationele besluitvorming. De tweede benadering wordt herkend door termen zoals ervaring, automatisch, intuïtief, verhalend en natuurlijk (Denes-Raj, & Epstein, 1994). Deze tweede zal geformuleerd worden als emotionele besluitvorming. Het nemen van een besluit is van belang voor de burger om zijn eigen mening te kunnen uiten over de Rechtspraak (zie pijl 4, figuur 1). Door het besluitvormingsproces is de burger in staat om een oordeel te vormen voor een mate van vertrouwen in de Rechtspraak.

Rationele besluitvorming

Het centrale principe van rationele besluitvorming is logische consistentie over besluiten, ongeacht de manier waarin de beschikbare keuzes worden voorgesteld (De Martino, Kumaran, Seymour, & Dolan, 2006). Noordegraaf (2005) stelt dat rationele besluitvorming een systematisch verloop heeft. Stap-voor-stap worden doelen gesteld, alternatieven geïnventariseerd, consequenties in kaart gebracht en ten slotte wordt er een beredeneerde keuze gemaakt. Rationele besluitvorming is dus eigenlijk een analytisch proces dat helpt om tot een besluit te komen. Onderzoek van Qrius (2006) laat zien dat het beeld dat leerlingen van de Rechtspraak hebben nogal 'abstract' is in de zin dat het een instantie van de samenleving is, waarvan men nagenoeg geen 'ervaringskennis' heeft. Echter, intuïtieve en emotionele responsen kunnen ook een rol spelen in het besluitvormingsproces (Damasio et al., 1994, Greene et al., 2002 en Loewenstein et al., 2001; geciteerd in De Martino et al., 2006). Wanneer er beslissingen moeten worden gemaakt onder condities waar informatie onvolledig of complex is, zullen deze keuzes eerder of vooral gemaakt worden op basis van heuristieken (Gilovich et al., 2002; geciteerd in De Martino et al., 2006), zoals een emotioneel systeem (Slovic et al., 2002 en Gabaix et al., 2003; geciteerd in De Martino et al., 2006).

Emotionele besluitvorming

Pfister & Böhm (2008) stellen dat besluitvorming over het algemeen gezien wordt als een cognitief proces, waar emoties niet noodzakelijk een deel van uitmaken. Ze geven namelijk aan dat emoties invloed kunnen hebben op besluitvorming, maar dat men ook tot een besluit kan komen zonder emoties. Ze stellen het volgende: als men rationeel handelt, zullen er optimale keuzes worden gemaakt. Emoties kunnen het proces om tot een optimaal besluit te komen dus verstoren (Pfister & Böhm, 2008). Als emoties een rol gaan spelen bij besluitvorming, kan dit gezien worden als een negatieve factor. De auteurs stellen namelijk dat irrationele emoties rationele cognities verstoren, intuïtieve gevoelens het logisch denken overheersen en affectie (gevoelens) de logica overweldigd (Pfister & Böhm, 2008). Hierdoor wordt het rationele denkproces verstoord.

Echter, emoties hoeven niet altijd negatief uit te vallen. Pfister & Böhm (2008) stellen namelijk ook dat rationele emoties leiden tot een juiste beslissing en irrationele emoties tot onjuiste beslissingen. Ter verduidelijking geven zij het volgende voorbeeld: als een persoon een keuze maakt, omdat hij het gevoel heeft hier vrolijk van te worden en het blijkt inderdaad zo te zijn, dan is deze emotie rationeel.

Wordt hij uiteindelijk niet vrolijk, dus de emotie was verkeerd, dan is de emotie irrationeel. Het besluitvormingsproces hangt dus eigenlijk af van de vaardigheid om juiste emoties te vormen (de Sousa, 1987; geciteerd in Pfister & Böhm, 2008). Als men tot een emotionele besluitvorming komt waarbij rationele emoties betrokken zijn, is er dus geen verstoring van het rationele denkproces in negatieve zin. Er is namelijk nog een kans om een juiste beslissing te maken.

Elaboration Likelihood Model

Om bovenstaande duidelijk te maken, wordt het Elaboration Likelihood Model (ELM) als voorbeeld genomen. Het ELM gaat over de verwerking van boodschappen en hoe deze invloed hebben op de houding van mensen. De attitude van een persoon ten opzichte van een bepaald product of dienst kan een goede voorspeller zijn van gedrag. Een positieve of negatieve attitude ten opzichte van de gegeven informatie kan het gedrag voorspellen: de informatie accepteren of afwijzen (Petty, McMichael & Brannon, 1992). Het verwerken van een boodschap kan op twee manieren tot stand komen. De centrale route wordt gevolgd als de ontvanger voldoende gemotiveerd en geestelijk in staat is de boodschap te verwerken. Bestaande ideeën, de kwaliteit van argumenten en de initiële attitude zijn hier van invloed op de invloed van de boodschap. De centrale route kan leiden tot blijvende attitudeverandering (Cho, 1999). De perifere route wordt gevolgd als er wordt gekeken naar de boodschapper, de context en de manier waarop de boodschap gebracht wordt. De inhoud van de boodschap staat dan niet centraal. Deze route kan slechts leiden tot tijdelijke attitudeverandering (Cho, 1999). Als een consument weinig betrokken is, zal deze zich weinig inspannen om beïnvloed te worden door een boodschap. Aantrekkelijke bronnen, muziek, humor en visuele elementen zijn middelen om mensen te beïnvloeden (Cho, 1999). Hetzelfde geldt dus voor de besluitvorming: de centrale route kan gezien worden als de rationele besluitvorming en de perifere route kan gezien worden als de emotionele besluitvorming. Emoties kunnen dus ook tot een goede besluitvorming leiden.

2.2.2 Persoonlijkheid

Aangezien men rationeel of emotioneel tot een besluitvorming kan komen, kunnen er ook persoonlijke verschillen bestaan in de manier waarop er een besluit wordt genomen. Garnefski & Kraaij (2007) stellen hoewel het vermogen van geavanceerd denken en het reguleren van emoties door cognities universeel is, er toch grote individuele verschillen bestaan in de hoeveelheid cognitieve activiteit en de inhoud van de gedachten waardoor mensen hun emoties reguleren als respons op levenservaringen en gebeurtenissen. Dit betekent dat er mensen bestaan die van nature meer rationeel dan emotioneel ingesteld zijn en anderen die meer emotioneel dan rationeel hun gedachten vormen. Emotionele mensen zullen meer dan de rationeel ingestelde mensen hun keuzes laten leiden door hun emoties. Andersom zullen rationeel denkende mensen meer informatie tegen elkaar afwegen om zo tot een optimaal besluit te komen dan emotionele mensen zullen doen. Ze zullen anders kunnen reageren op bepaalde communicatie-uitingen. Sommige communicatie-uitingen zullen dus een groter effect kunnen hebben. Het is interessant om te

onderzoeken of er een bepaalde samenhang bestaat tussen de persoonlijkheid van de mens en de verschillende communicatie-uitingen.

2.3 De communicatiestrategie: effect op besluitvorming

Een communicatiestrategie dient als leidraad om activiteiten te ontwikkelen die tot doel hebben individuen van een bepaalde boodschap te overtuigen en tot actie te stimuleren (Seydel, 1991). Een communicatiestrategie kan op verschillende manieren ingezet worden en tot uiting worden gebracht. Een voorbeeld van een strategie die veel ingezet wordt bij de Rechtspraak, is een toelichting van een persrechter. Voorbeelden van doelen van een communicatiestrategie kunnen zijn: een product goed overbrengen bij de consument en het imago van de organisatie verbeteren. Bij de Rechtspraak komt het vaak voor dat de betrokken burger en delen in de samenleving het niet eens zijn met een uitspraak. Een persrechter wordt dan gevraagd om goed uit te leggen wat er besloten is. De toelichting dient duidelijkheid te scheppen voor de maatschappij. Door middel van deze toelichting wordt getracht het vertrouwen in de Rechtspraak te ontwikkelen, behouden of herstellen. Vooraf tracht de Rechtspraak de reactie van de burgers op de uitspraak in te schatten (zie pijl 3, figuur 1) en de toelichting te vormen op een manier zoals de Rechtspraak wil. Met de toelichting van de persrechter wordt getracht de reactie van de burgers op de uitspraak te beïnvloeden (zie pijl 2, figuur 1). Persrechters mogen alleen een toelichting geven over de inhoud van de uitspraak, de feiten en de rationele argumenten weergeven (de identiteit van de Rechtspraak). Een toelichting kan echter ook uitdrukking geven aan emotionele en rationele argumentatie die rationele of emotionele reacties veroorzaken (De Corel & Fauconnier, 1972). Gebruikmakend van de theorie van De Corel en Fauconnier (1972) is er gekozen voor een tweedeling van communicatiestrategieën, rationele en emotionele communicatiestrategie. Tevens zullen deze communicatiestrategieën in combinatie met elkaar ook nader onderzocht worden. Om individuen van een bepaalde boodschap te overtuigen is het van belang om te onderzoeken welke communicatiestrategie het meest effectief is.

2.3.1 De rationele communicatiestrategie

Een rationele communicatiestrategie geeft rationele elementen ter ondersteuning van een conclusie en werkt met logische gegevens. Hierbij worden argumenten of redenen gebruikt, die een logische of rationele basis geven voor de besluitvorming bij de ontvanger (De Corel & Fauconnier, 1972).

Er zijn organisaties die rationele communicatiestrategieën hebben ingezet om het vertrouwen in de organisatie te (her)winnen. Een voorbeeld is de Adviescommissie Gebiedsontwikkeling (2005), deze heeft observaties en aanbevelingen gedaan over het project Wieringerrandmeer Noord-Holland. Hierbij werd gesteld dat het project snel op gang kan worden gezet met een goede communicatiestrategie, die specifiek toegesneden is op verschillende doelgroepen. Hierbij ging het om het vertrouwen te (her)winnen op de inhoud (Adviescommissie Gebiedsontwikkeling, 2005). Wanneer er ingegaan wordt op de inhoud, zal er gebruik worden gemaakt van de rationele feiten.

Uit het onderzoek van het Britse Home Office is gebleken dat het beeld van burgers op belangrijke punten niet overeenstemt met de feiten en dat kennis met betrekking tot misdrijven van het publiek beperkt is (Chapman et al., 2002; geciteerd in Dekker, Maas-de Waal & Van der Meer, 2004). Dekker et al. (2004) geven aan dat het verbeteren van de communicatie in de media vermoedelijk niet gemakkelijk te realiseren is, omdat in de berichtgeving de incidentele rapportages van criminaliteitstrends veelal niet kunnen opwegen tegen de afzonderlijke berichten over specifieke misdrijven. Echter, uit een ander onderzoek van het Britse Home Office is gebleken dat het verschaffen van begrijpelijke informatie over de aantallen misdrijven die worden gepleegd en de straffen die worden opgelegd, de houding en het vertrouwen in het strafrecht in positieve richting kan veranderen (Dekker et al., 2004). Hieruit blijkt dat het verschaffen van informatie en feiten kan bijdragen aan het herstellen van het vertrouwen in organisaties. Vermoedelijk werkt dit ook voor incidentele gevallen zoals bij verscheidene rechtszaken.

Uit het voorgaande kan geconcludeerd worden dat het vertrouwen in organisaties hersteld kan worden als er inhoudelijk wordt ingegaan op een specifiek geval. Wanneer men de feiten te horen krijgt, kan men op een rationele manier nadenken over de situatie en op een rationele manier een besluit vormen. De Rechtspraak geeft altijd haar toelichtingen volgens deze communicatiestrategie.

2.3.2 De emotionele communicatiestrategie

Een emotionele communicatiestrategie geeft argumenten die bij burgers emoties of behoeften scheppen, opwekken of verheviggen. De argumenten (stimuli) kunnen, steunend op beloning en bestraffing, de ontvanger motiveren om een conclusie te aanvaarden, die door de communicator zijn voorgesteld (De Corel & Fauconnier, 1972).

Emotionele communicatiestrategieën kunnen ingezet worden bij bepaalde situaties. Negatieve situaties kunnen invloed hebben op het imago van een organisatie, deze kan geschaad worden. Wanneer het imago negatiever wordt, kan dat invloed hebben op het vertrouwen in de organisatie. Een voorbeeld van een negatieve situatie is een crisis. In het artikel van Brinson & Benoit (1999b) wordt deemoedigheid als communicatiestrategie besproken om te verdedigen bij een crisis.

Texaco heeft strategieën, die in Brinson & Benoit (1999b) worden besproken, gebruikt tijdens een crisis voor de organisatie. De volgende communicatiestrategieën zijn gebruikt:

- Benadrukken van de goede eigenschappen van de onderneming (“wij zijn een geweldig bedrijf”)
 - Correctieve ingrepen (“in de toekomst zullen we discriminatie niet langer tolereren”)
 - Spijt betuigen (“de situatie gaat ons aan het hart”)
 - Verleggen van aansprakelijkheid (“een paar rotte appels zijn verantwoordelijk voor deze kwestie”)
- (Brinson & Benoit, 1999a en 1999b).

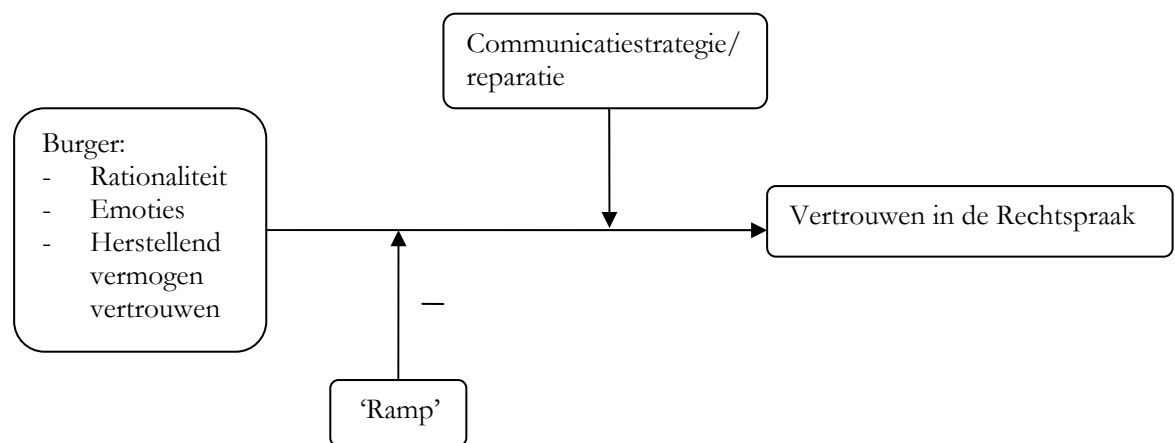
Het gebruik van bovenstaande strategieën hebben invloed op de emoties van burgers. Wanneer de inhoud van berichten emoties bij de ontvanger oproepen, blijken deze zowel op het onthouden als het waarderen van de boodschap van invloed te zijn (Weinberger & Gulas, 1992). Door bijvoorbeeld deemoedig te zijn bij een toelichting van een persrechter, kan men respect krijgen voor de Rechtspraak, wat ook weer positief kan zijn voor het vertrouwen in de organisatie.

Gezien het effect van beide communicatiestrategieën (rationeel en emotioneel) is het van belang te onderzoeken welke van deze twee strategieën het beste ingezet kan worden om vertrouwen in de Rechtspraak te winnen/repareren. Vooral als een vonnis tegen het rechtvaardigheidsgevoel ingaat en het vertrouwen in de Rechtspraak zal kunnen dalen. Dit soort vonnissen worden in dit onderzoek een ‘ramp’ genoemd.

2.3.3 Combinatiestrategie

In deze studie zal onderzocht worden wat het effect van een communicatiestrategie is en in hoeverre de invloed van de strategieën van elkaar verschillen op het herstellend vermogen van het vertrouwen in de Rechtspraak. In figuur 2 is de onderzoeksaanpak schematisch weergegeven.

Figuur 2 Onderzoeksaanpak



In dit model is te zien dat een burger vertrouwen kan hebben in de Rechtspraak. Wanneer er een uitspraak wordt gedaan dat tegen het rechtvaardigheidsgevoel in gaat en dus een ‘ramp’ ontstaat, kan dit een negatieve invloed hebben op het vertrouwen in de Rechtspraak. Verder is uit onderzoek gebleken dat het vertrouwen in de rechterlijke macht schommelt (Dekker & Van der Meer, 2007): na een dalend vertrouwen in de Rechtspraak zal het vertrouwen zich op den duur herstellen. Dit herstellend vermogen kan versneld/versterkt worden door middel van een communicatiestrategie.

De verwachting is dat respondenten, na het zien van een ‘ramp’, minder vertrouwen hebben in de Rechtspraak. Door middel van een communicatiestrategie zal het vertrouwen in de Rechtspraak naar verwachting stijgen. Het is de vraag welke communicatiestrategie het vertrouwen in de Rechtspraak beter herstelt. Er zijn twee condities waarin de communicatiestrategieën worden getoetst: Emotionele argumentatie (E) en Rationele argumentatie (R). Naast deze twee communicatiestrategieën is het interessant om ook een combinatie van deze strategieën te onderzoeken. De combinatiestrategieën zijn:

emotionele argumentatie gevolgd door rationele argumentatie (E-R) en rationele argumentatie gevolgd door emotionele argumentatie (R-E).

Wanneer er een groot verschil bestaat tussen de voormeting en de meting van het vertrouwen na het zien van de 'ramp', kan deze daling veroorzaakt worden door emoties (emotionele verwerking). Stijgt het vertrouwen in de Rechtspraak, kan er vanuit worden gegaan dat dit veroorzaakt wordt doordat men rationeel nadenkt en daarna een attitude vormt (rationele verwerking). Blijft het vertrouwen gelijk, dan kan hier geen uitspraak over worden gedaan. Indien de beide strategieën gecombineerd worden, kan er sprake zijn van een volgorde-effect. Welke volgorde heeft dan het meeste effect om het vertrouwen in de Rechtspraak sneller te herstellen?

Uiteraard is het van belang om de vier bovengenoemde communicatiestrategieën met elkaar te vergelijken en te onderzoeken welke van de vier strategieën als beste het vertrouwen in de Rechtspraak repareert.

2.4 Onderzoeksvraag

Zonder vertrouwen, kan het voortbestaan van een organisatie in gevaar komen. Vertrouwen beïnvloedt bepaalde organisatiedoelen, zoals organizational citizenship behaviors (OCB) (Knonvsky & Pugh, 1994; geciteerd in Fang & Chiu, 2010). OCB's bepalen de effectiviteit, efficiency en het algeheel resultaat van een organisatie (Organ, 1988, Podsakoff, MacKenzie, Moorman & Fetter, 1990; allen geciteerd in Fang & Chiu, 2010). Daarom is onderzoek naar het winnen/repareren van het vertrouwen in organisaties van groot belang. Van der Meer (2004) geeft in zijn onderzoek aan dat verder onderzoek naar het onderscheid dat de respondenten maken tussen het vertrouwen in (het functioneren van) de politie en het vertrouwen in (het functioneren van) de Rechtspraak gewenst is. Hieruit blijkt dat er belang bij is om verder onderzoek naar het vertrouwen in de Rechtspraak te verrichten. Het doel van deze studie is: onderzoeken hoe het vertrouwen in de Rechtspraak het beste hersteld kan worden na een crisis of een ramp, wanneer er gebruik wordt gemaakt van een communicatiestrategie. Hierbij zal gekeken worden of de persoonlijkheid van de mens (emotioneel/rationeel ingesteld) van invloed kan zijn op het effect van een communicatiestrategie (emotioneel/rationeel) voor het repareren van het vertrouwen in de Rechtspraak. Aangezien er weinig bekend is over de mogelijkheid om het vertrouwen in de Rechtspraak te repareren door middel van communicatiestrategieën, is nader onderzoek gewenst. De probleemstelling die centraal staat in dit onderzoek is: hoe kan het vertrouwen in de Rechtspraak hersteld worden en wat zijn de verklarende modellen?

De hoofdvraag die in dit onderzoek centraal staat is:

Welke communicatiestrategie kan het beste ingezet worden voor een herstel van het vertrouwen in de Rechtspraak, na een gebeurtenis waardoor het vertrouwen geschaad is?

Om antwoord te kunnen geven op de hoofdvraag zijn de volgende deelvragen geformuleerd:

- a. Welke communicatiestrategie is het meest overtuigend?

- b. Welke van de twee communicatiestrategieën (Emotioneel of Rationeel) kan het beste ingezet worden bij het herstel van het vertrouwen in de Rechtspraak?
- c. Indien de twee communicatiestrategieën samen worden gevoegd tot een combinatiestrategie, is er dan sprake van een volgorde-effect? Is er een verschil tussen het effect van de communicatiestrategie Emotioneel – Rationeel (E-R) en de strategie Rationeel – Emotioneel (R-E)?
- d. Welke communicatiestrategie zorgt voor de beste reparatie van het vertrouwen in de Rechtspraak?
- e. Welke communicatiestrategie kan het beste gebruikt worden bij respondenten met een verschillende mate van rampgevoeligheid (Emotioneel/Rationeel ingesteld)?

3. Onderzoeksmethode

Om te onderzoeken welke communicatiestrategie na een uitspraak het beste ingezet kan worden om het vertrouwen in de Rechtspraak te herstellen, is er een experiment opgezet. In vier condities zijn de communicatiestrategieën getoetst bij middelbare scholieren. In dit hoofdstuk wordt de methode van het onderzoek nader toegelicht. De meetinstrumenten, onderzoeksopzet, populatie en steekproef en de procedure zullen in de volgende paragrafen worden besproken.

3.1 Meetinstrumenten

Het onderzoek is afgenomen aan de hand van een vragenlijst. De vragenlijst bestond uit drie delen: 1) algemene gegevens, 2) drie vragenlijsten van elk tien items en twee aparte vragen over een videofragment, en 3) vijf vragen over de interesses van de respondenten om de mate van emotie en ratio te meten. De items van de drie vragenlijsten samen meten tien onderliggende items. Dit werd getoetst aan de hand van een semantische differentiaal. Op een schaal van 1 tot 5 moesten de respondenten aangeven in hoeverre ze het eens waren met de stellingen: 1=helemaal mee oneens en 5= helemaal mee eens. Het meetinstrument bestond tevens uit twee videofragmenten. In paragraaf 3.1.1 zal de vragenlijst en de opbouw ervan besproken worden. Vervolgens komt in 3.1.2 het ontstaan en de inhoud van de videofragmenten aan bod.

3.1.1 De vragenlijst

De vragenlijst is opgedeeld in drie delen: de algemene gegevens, items om het vertrouwen in de Rechtspraak te meten en vragen om te beoordelen of een persoon emotioneel/rationeel is ingesteld.

3.1.1.1 Algemene gegevens

Voor dit onderzoek is het van belang om de respondenten in groepen te kunnen analyseren. Daarom zijn de volgende onderdelen gebruikt voor het meten van de algemene gegevens: geslacht, leeftijd, locatie van de school, klas en verblijfsduur in Nederland. Geslacht en leeftijd moeten gemeten worden om de steekproefpopulatie in kaart te kunnen brengen. De locatie van de school is van belang, omdat er wellicht een verschil in beoordeling kan bestaan per school. De respondenten moeten ook aangeven in welke klas ze zitten. Op deze manier kan er onderscheid worden gemaakt tussen het aantal jaren opleiding en opleidingsniveau. Tot slot kan het aantal jaar dat iemand in Nederland woont een factor zijn om verschil in het vertrouwen in de Rechtspraak te verklaren.

3.1.1.2 Items vertrouwen in de Rechtspraak

De mate van het vertrouwen in de Rechtspraak is de afhankelijke variabele. Deze werd gemeten aan de hand van tien items. Om het vertrouwen in organisaties of instituties te meten zijn er in de literatuur verschillende vragenlijsten te vinden. Veel studies maten het vertrouwen aan de hand van één vraag: *“Hoeveel vertrouwen heeft u in...?”*. Voorbeelden hiervan zijn de European Values Studies, Eurobarometers, 2Vandaag-panel, International Social Survey Program en Culturele Veranderingen in Nederland (Dekker

& Van der Meer, 2007). Een ander voorbeeld van zo'n onderzoek is de General Social Survey (GSS) van de National Opinion Research Center in de Universiteit van Chicago (Cook & Gronke, 2001). Bij dit onderzoek kregen de respondenten een aantal namen van instituties te zien, waar aangegeven moest worden of ze veel, weinig of bijna geen vertrouwen in de instituties hadden. Het meten van het vertrouwen in organisaties of instituties aan de hand van één vraag kan cruciaal zijn. Waarom zou men risico willen lopen op het verkrijgen van onbetrouwbare resultaten? Staat het vast dat één vraag het hele begrip "vertrouwen" kan meten? Staat het vast wat men onder het begrip "vertrouwen" verstaat? En weet men wat het begrip "vertrouwen" inhoudt? Een heel onderzoek baseren op één vraag brengt veel onduidelijkheden met zich mee. De vraag is of dit onderzoek dan betrouwbaar zou zijn? Wordt er wel echt het vertrouwen, zoals de onderzoekers het beschrijven, gemeten? De validiteit van het onderzoek kan hierdoor in gevaar komen. Het is dus van belang om een vragenlijst op te stellen uit meerdere items.

Er zijn studies die andere schalen gebruiken om het vertrouwen in organisaties/instituties te meten. Cummings & Bromiley (1996) hebben de Organizational Trust Inventory (OTI) ontwikkeld waar de dimensies van vertrouwen (*keeping commitments, negotiating honestly en not taking excessive advantage*) gecombineerd worden met de drie componenten die aan menselijke actie voorafgaan (*cognition, affect en intended behavior*). Een voordeel van de Organizational Trust Inventory is dat de theoretische definitie van vertrouwen nauw gevolgd wordt (Vidotto et al., 2008) en dat het begrip "vertrouwen" uit meerdere constructen bestaat. Echter, eerlijk onderhandelen (*negotiating honestly*) is geen goed component om te gebruiken in de casus over de Rechtspraak. In de Rechtspraak wordt niet onderhandeld. Er wordt objectief naar de feiten gekeken en rechters maken als onafhankelijke partij een besluit. Hetzelfde geldt voor het voordeel nemen uit mensen. De Rechtspraak mag geen voordeel uit mensen halen. Dit kan natuurlijk wel gebeuren en mensen kunnen dat gevoel hebben, maar voordeel halen uit mensen is geen doel van de Rechtspraak. Dit soort vragen kunnen beter gebruikt worden voor commerciële organisaties. Het houden van verplichtingen (*keeping commitments*) is wel een goede dimensie van vertrouwen en zou ook voor het onderzoek naar het vertrouwen in de Rechtspraak gebruikt kunnen worden. Echter, het gebruik van alleen één dimensie zou te zwak zijn. Hierbij komt nog dat dit soort onderzoeken naar het vertrouwen in organisaties, vaak wordt uitgevoerd bij de medewerkers. Vragen over de organisatie, collega's, managers, klanten e.d. komen dan naar voren (Vidotto et al., 2008). Dit is bij het niet het geval bij het onderzoek naar het vertrouwen in de Rechtspraak.

Er is gekozen voor de vragen uit de Conditions of Trust Inventory (CTI) van Butler (1991). Butler (1991) stelt dat het begrip "vertrouwen" uit de volgende constructen bestaat:

- | | |
|---|---|
| 1. Availability/beschikbaarheid | 7. Loyalty/trouw |
| 2. Competence/bekwaamheid | 8. Openness/uit zich open |
| 3. Consistency/samenhangend | 9. Overall trust/algemeen vertrouwen |
| 4. Discreetness/zorgvuldig met privacy omgaan | 10. Promise-fulfilment/doet wat ze zegt/belooft |
| 5. Fairness/eerlijkheid | 11. Receptivity/staat open voor signalen uit de |
| 6. Integrity/integriteit | maatschappij |

De elf constructen, met elk vier items, kunnen van toepassing zijn op de Rechtspraak en daarom kan deze vragenlijst goed gebruikt worden om het vertrouwen in de Rechtspraak te meten. Butler's (1991) originele Conditions of Trust Inventory wordt gebruikt om het vertrouwen op inter-persoonlijk niveau te meten. De stellingen in deze vragenlijst gaan dus over het vertrouwen in een persoon en niet in een organisatie. Echter, onderdelen van dit meetinstrument kunnen ook gebruikt worden om het vertrouwen in organisaties, instituties of de Rechtspraak te meten. De items zijn omgevormd in correcte stellingen die van toepassing zijn op het vertrouwen in de Rechtspraak (toestemming is door Butler telefonisch en via e-mail verleend).

Er is gekozen om van elk construct drie items te gebruiken voor de vragenlijst van dit onderzoek. De items van de constructen zijn vertaald, met uitzondering van het construct “loyalty/trouw”. De stellingen van dit construct gaan echt over inter-persoonlijk contact. Het gaat om de volgende stellingen: “_____ *would not do anything to make me look bad; _____ is likely to take advantage of me; If I make a mistake, _____ will not use it against me; I can discuss problems with _____ without having the information used against me*”. Deze stellingen kunnen niet op een goede manier omgevormd worden in stellingen over de Rechtspraak, en daarom is er voor gekozen om dit construct buiten beschouwing van dit onderzoek te laten.

Er zijn drie vragenlijsten gemaakt, met elk één item van elk construct, waardoor elke vragenlijst tien stellingen heeft. Er zijn dus drie versies van de vragenlijst (zie bijlage 1). De stellingen worden beantwoord op een schaal van 1=helemaal oneens tot 5=helemaal eens. Elke vragenlijst heeft maar één item van elke construct, omdat de vragenlijst anders te lang wordt en risico gelopen wordt dat de respondenten niet meer serieus en geconcentreerd antwoord geven op de stellingen.

In de tweede- en de derde vragenlijst werd er een vraag gesteld over het videofragment dat getoond werd. De vraag “*Hoe erg vind jij deze uitspraak?*” werd bij vragenlijst 2 voorgelegd en bij vragenlijst 3 was dit “*Hoe overtuigend vind jij deze toelichting?*”. Wederom moesten deze vragen beantwoord worden op een schaal van 1 tot 5. Items die in de vragenlijst negatief zijn geformuleerd, zullen worden omgeschaald om de data-analyse te kunnen bewerkstelligen.

3.1.1.3 Items emotioneel/rationeel ingesteld

De persoonlijkheid van de respondenten zal met een andere vragenlijst gemeten worden. Er zijn verschillende persoonlijkheidsschalen die gebruikt kunnen worden bij het construeren van de vragenlijst. Roger, Jarvis & Najarian (1993) hebben de Coping Styles Questionnaire (CSQ) ontwikkeld. Deze schaal bevat items die het oplossen van problemen (*rational coping*), emotie (*emotional coping*), vermijdingsgedrag (*avoidance coping*) en het op afstand houden van mensen (*detached coping*) in kaart brengen. De items meten op een vier-puntsschaal (Altijd, Vaak, Soms of Nooit) hoe een individu typisch reageert op spanning. Om te bekijken in hoeverre een persoon emotioneel of rationeel is ingesteld, zouden de items van *rational coping* en *emotional coping* gebruikt kunnen worden. Echter, de items meten hoe men in situaties van spanning reageert en niet hoe men tot een besluitvorming komt of hoe men tegen de wereld aankijkt. Een situatie van spanning is een andere situatie dan wat er in dit onderzoek getoetst wordt. Hoe vormt men een

mening, door rationeel na te denken of door de mening te baseren op emoties? Met de CSQ komt dit niet echt naar voren.

Er zijn andere persoonlijkheidsschalen die meten hoe men op verschillende situaties reageert. De Cognitive Emotion Regulation Questionnaire (CERQ) (Garnefski & Kraaij, 2007; Garnefski, Koopman, Kraaij & Ten Cate, 2009) is een zelfevaluatie die meet hoe men om kan gaan met ziektes. Dit soort vragen zouden omgevormd kunnen worden naar de situatie die in dit onderzoek getoetst worden. Echter, er is gekozen om een vijftal vragen aan de respondent voor te leggen om te beoordelen in hoeverre een persoon emotioneel of rationeel is ingesteld. De vragen meten wat de respondenten in hun dagelijks leven kijken en lezen. Op deze manier kan bepaald worden of een persoon zijn mening laat vormen door kranten en programma's die feitelijk informatie geven of juist die sensatie brengen.

De vragen die dit meten zijn te vinden in bijlage 1. Bij de vraag *“Welke krant lees je?”* staan de volgende antwoordmogelijkheden voor: de krant Trouw staat voor Christelijk/normatief/moreel, Tubantia staat voor plaatselijk/sensatie, de Volkskrant staat voor populair/informatief en NRC Handelsblad staat voor informatief/analytisch. Door te weten welke krant een persoon leest, kan erachter gekomen worden hoe een persoon in het leven staat en hoe een persoon is ingesteld.

Bij de vragen *“Naar welke programma kijk je het meest?”* en *“Door welke programma wordt jij het meest beïnvloed?”* staan de volgende antwoordmogelijkheden voor: NOS Journaal staat voor informatief/neutraal, Hart van Nederland staat voor sensatie/emotioneel, RTL Nieuws staat voor informatief/sensatie en discussieprogramma's staan voor intellectueel bij zaken betrokken.

De vraag *“Wat spreekt jou het meest aan in nieuwsprogramma's?”* met onderstaande antwoordmogelijkheden, meet wat de respondenten interessant vinden en meet tevens de manier waarop respondenten aan hun informatie komen en hun meningen baseren.

- a. Emoties die opgeroepen worden
- b. Feitelijkheid/ complete feiten
- c. Nauwkeurigheid/precisie van berichtgeving
- d. De maatschappelijke consequenties
- e. Anders, namelijk.....

De laatste vraag van deze vragenlijst was: *“Hoeveel vertrouwen hebben jou ouders in de Rechtspraak?”*. Op een schaal van 1= heel weinig tot 5= heel veel moesten de respondenten een schatting maken van het hoeveelheid vertrouwen in de Rechtspraak van hun ouders. Op deze manier kan er bekeken worden of het vertrouwen van de ouders (volgens de respondent) van invloed is op het vertrouwen van de respondent zelf.

3.1.2 De videofragmenten

Door de respondenten een videofragment over een rechtszaak te laten zien, werd geprobeerd om het vertrouwen van de respondenten in de Rechtspraak te laten dalen. Er is een casus gekozen waar een onbevredigende uitspraak is gedaan die niet voldoet aan het rechtvaardigheidsgevoel van de maatschappij. Het rampvideofragment is dus geen variabele, maar een middel om er voor te zorgen dat het vertrouwen

in de Rechtspraak zal gaan dalen. Alle condities krijgen namelijk hetzelfde rampvideofragment te zien. Hieronder zal het videofragment van de ‘ramp’ en de videofragmenten van de communicatiestrategieën besproken worden.

3.1.2.1 De ‘ramp’: casus moord op Diego Hardeman

Om het vertrouwen in de Rechtspraak te laten dalen, is er gekozen voor de rechtszaak over de moord op Diego Hardeman. Bij deze zaak is een peuter door bruut geweld om het leven gekomen. Het staat vast dat óf de moeder óf haar partner óf beide verdachten schuldig zijn aan de dood van dit kind. Echter, er kon door de warrige verklaringen niet bewezen worden wie van de twee verantwoordelijk was. De rechtbank kon het risico niet lopen om een onschuldige persoon te berechten en daarom was de uitspraak: vrijspraak voor beide verdachten (De Rechtspraak, 2008). De uitspraak van de beschreven rechtszaak is niet representatief voor alle rechtszaken. Echter, er is voor deze casus gekozen, omdat de uitspraak stuitend is en veel reacties van burgers uitlokt (Bureau Jeugd Zorgen, 2008; TC Tubantia, 2008; Hyves.nl, 2008). De uitspraak voldoet niet aan het rechtvaardigheidsgevoel en kan voor een daling van het vertrouwen in de Rechtspraak zorgen. Deze daling is nodig voor dit onderzoek, om vervolgens het effect van de communicatiestrategieën te kunnen meten.

Dit is een goede uitspraak van de rechtbank. De wet is goed nageleefd en is niemand veroordeeld, men is namelijk onschuldig totdat het tegendeel bewezen is. Echter, dit voldoet niet aan het rechtvaardigheidsgevoel van de maatschappij. Veel mensen vonden dat de rechtbank een verkeerde uitspraak had gedaan. Mensen reageerden met berichten op het internet (Bureau Jeugd Zorgen, 2008; TC Tubantia, 2008) en maakten Hyves-profielen aan waar men zich bij kon aanmelden om hun onvrede over de uitspraak kenbaar te maken (Hyves.nl, 2008). Doordat er een misdaad is begaan en er niemand veroordeeld is, kan het vertrouwen in de Rechtspraak gaan dalen.

Een nieuwsfragment van RTV Oost geeft goed weer wat de rechtszaak inhield (RTV Oost, 2008). Hierbij komen ook een persrechter, een advocaat en de officier van justitie aan het woord om hun kant van het verhaal te vertellen. Niet het hele videofragment is gebruikt voor dit onderzoek. De reacties van de persrechter, de advocaat en de officier van justitie zijn verwijderd, omdat 1) de strategie van de persrechter gemanipuleerd zal worden in dit onderzoek, 2) de advocaat aangeeft of hij tevreden is met de uitspraak en deze de mening van de respondent kan beïnvloeden, en 3) een communicatiestrategie van justitie wordt gebruikt om de maatschappij gerust te stellen dat het niet bij deze uitspraak zal blijven.

De respondenten krijgen pas een reactie van de persrechter te zien in het deel waar de communicatiestrategieën worden getoond.

3.1.2.2 De communicatiestrategieën

Om te onderzoeken welke communicatiestrategieën het beste gebruikt kunnen worden om het vertrouwen in de Rechtspraak te herstellen, is er gebruik gemaakt van vier condities. Er zijn twee soorten communicatiestrategieën: de rationele strategie en de emotionele strategie. Dit onderzoek heeft een design met vier condities, waar de emotionele communicatiestrategie, de rationele communicatiestrategie en de

twee condities waar de emotionele en rationele communicatiestrategieën worden gecombineerd, getoetst worden. De condities verschillen niet alleen in woordkeus, maar ook in lichaamstaal. Bij de emotionele elementen zal ook non-verbaal, bijvoorbeeld door het gebruik van handen en de intonatie van de stem, duidelijk worden dat er medeleven en begrip wordt getoond aan de situatie. Het onderzoek van Lyons, Stokes, Garcia, Adams & Ames (2009) geeft weer dat non-verbale communicatie invloed kan hebben op het vertrouwen.

De communicatiestrategieën werden gespeeld door één persrechter. Vier varianten van de strategieën zijn op video opgenomen en de respondenten kregen per conditie één van de vier varianten te zien. De emotionele communicatiestrategie bevat elementen die inspelen op de emoties van de samenleving. Er wordt bijvoorbeeld medeleven en begrip getoond. De rationele communicatiestrategie gaat inhoudelijk in op wat er tijdens een rechtszaak is gebeurd, er worden feiten besproken en de uitspraak van de rechtbank wordt verantwoord. De derde strategie bevat beide elementen, zowel de emotionele als de rationele. Er worden eerst emotionele elementen in de boodschap betrokken en vervolgens zal er inhoudelijk worden ingegaan op de rechtszaak. De vierde strategie bevat ook beide elementen, maar dan in de andere volgorde. Eerst komen rationele elementen en dan de emotionele elementen.

De videofragmenten duren ongeveer even lang, tussen de 30 en 37 seconden. De Emotionele strategie duurt 30 seconden, de strategieën Rationeel en Emotioneel - Rationeel duren 37 seconden en de strategie Rationeel – Emotioneel duurt 34 seconden. De communicatiestrategie waarbij zowel rationele als emotionele elementen worden gebruikt zijn zo compact mogelijk gemaakt om beide elementen goed over te brengen.

De communicatiestrategieën zijn afgeleid van het originele nieuwsfragment van RTV Oost. De rechtbank in Almelo heeft op een rationele manier een reactie gegeven op de uitspraak en ziet er als volgt uit:

Vraag: “Had de rechtbank misschien nog meer kunnen doen om erachter te komen wat er nou precies met Diego is gebeurd?”

Reactie: “Het is heel uitputtend onderzocht en u heeft het ook in het vonnis gehoord. Er is een nauwkeurige analyse gemaakt van wat er gebeurd zou kunnen zijn en wanneer en wie er toen waren. Er is van alles en nog wat uitgesloten. Alleen op het finale punt: Wie heeft het nou precies gedaan, het dodelijk letsel toegebracht, dat is niet duidelijk geworden.”

De communicatiestrategieën die voor dit onderzoek zijn gebruikt zijn uitgebreider en duidelijker gemaakt voor de doelgroep. De persrechter geeft een reactie op de volgende vraag van een journalist: “**Wat vindt u van deze uitspraak?**” Deze vraag is gekozen, omdat hier om een reactie van de persrechter wordt gevraagd. Hieronder worden de strategieën beschreven zoals die in de videofragmenten worden uitgesproken:

Emotioneel

“Tja, we hebben ons uiterste best gedaan. De uitspraak is niet acceptabel, dat begrijpen we. We hebben ons best gedaan om uit te zoeken wie Diego om het leven heeft gebracht. En dan is het heel erg droevig dat we niet precies weten wat er gebeurd is. Het is een zeldzaam geval, maar we kunnen het niet op ons geweten hebben dat we misschien wel onschuldige mensen naar de gevangenis sturen.”

Rationeel

“De wet zegt dat je niemand kan veroordelen zonder bewijs. Daarmee voorkom je dat onschuldige mensen de gevangenis in gaan. Het is uitputtend onderzocht, zoals u ook in het vonnis heeft kunnen horen. Er daarbij is een nauwkeurige analyse gemaakt van wat er gebeurd zou kunnen zijn en wie wanneer waar was. Daarbij zijn heel veel dingen uitgesloten. Maar het finale punt: welke van de ouders heeft het dodelijk letsel toegebracht, dat is niet duidelijk geworden. En in dat geval mag de rechtbank niemand veroordelen.”

Emotioneel – Rationeel

“Tja, we vinden het heel droevig dat we niet precies weten wat er gebeurd is met Diego, maar we kunnen het niet op ons geweten hebben dat we misschien wel een onschuldige iemand naar de gevangenis sturen. De wet zegt dat je iemand niet mag veroordelen zonder bewijs. Daarmee voorkom je dus dat iemand die onschuldig is de gevangenis in gaat. Het finale punt hier: welke van de twee ouders heeft het dodelijk letsel toegebracht, dat is niet duidelijk geworden. En in dat geval mag de rechtbank niemand veroordelen.”

Rationeel – Emotioneel

“De wet zegt dat je iemand niet kunt veroordelen zonder bewijs. Daarmee voorkom je dat onschuldige mensen de gevangenis in gaan. Het finale punt hier: welke van de twee ouders heeft het dodelijk letsel toegebracht, dat is niet duidelijk geworden. En in dat geval mag de rechtbank niemand veroordelen. We vinden het zelf ook heel droevig dat we niet precies weten wat er gebeurd is met Diego, maar we willen gewoon het niet op ons geweten hebben dat er een onschuldige iemand, misschien, de gevangenis in gaat.”

3.2 Onderzoeksopzet

Om te onderzoeken welke communicatiestrategie het beste ingezet kan worden om het vertrouwen in de Rechtspraak te herstellen na een ramp, is er een pretest onderzoek en een hoofdonderzoek uitgevoerd. In de pretest onderzoek is gekeken of de doelgroep de stellingen van de vragenlijst snapt en hierop antwoord kunnen geven. In het hoofdonderzoek is er gekeken of er door middel van communicatiestrategieën invloed uitgeoefend kan worden op het herstel van het vertrouwen in de Rechtspraak.

3.2.1 Pretest

Er is bij de middelbare school Het Stedelijk Lyceum Zuid in Enschede een pretest onderzoek uitgevoerd, waar aselekt middelbare scholieren gevraagd zijn om een vragenlijst in te vullen. Er is voor middelbare scholieren gekozen, omdat het hoofdonderzoek ook bij middelbare scholieren zal worden uitgevoerd. De vragenlijst is te zien in bijlage 2. Op een schaal van 1=helemaal oneens tot 5=helemaal eens, moesten de respondenten aangeven in hoeverre ze het eens waren met de desbetreffende stelling. Wanneer ze de

vraag niet snapt en of geen antwoord op de vraag konden geven, moesten ze het vraagteken omcirkelen. Op deze manier is bekeken of de vragenlijst betrouwbaar is en of de stellingen geschikt zijn voor de doelgroep.

3.2.2 Hoofdonderzoek

Het onderzoek is uitgevoerd bij de klassen 4 HAVO, 5 HAVO en 4 VWO van het scholengemeenschap Bonhoeffer College in Enschede. Tijdens het vak Maatschappijleer of Geschiedenis werd aan de leerlingen medegedeeld dat zij mee zouden gaan werken aan een onderzoek. De onderzoeker stelde zich voor, gaf aan waar dit onderzoek voor bedoeld is en begeleidde het onderzoek. In bijlage 3 is de introductietekst te vinden.

De opzet van het onderzoek ziet er als volgt uit:

O1	X1	O2	X2	O3
O = meting X1= ramp laten zien X2= communicatiestrategie V1: voormeting → Introductie eerste video → ramp → V2: vraag: “hoe erg vind jij deze uitspraak?” en tussenmeting → Introductie tweede video → strategie → V3: vraag: “hoe overtuigend vind jij deze toelichting?” en nameting met vragen om persoonlijkheid te meten.				

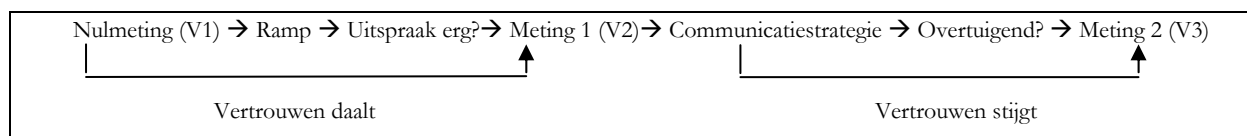
Voordat de respondenten een videofragment kregen te zien, moesten ze vragenlijst 1 invullen, hier zal het vertrouwen in de Rechtspraak gemeten worden. Dit is tevens de voormeting. Vervolgens introduceerde de onderzoeker het eerste videofragment. Hierna kregen de respondenten in een stukje video te zien, waarin een ‘ramp’ voor de Rechtspraak te zien was. Deze ‘ramp’ toont de rechtszaak over de moord op Diego Hardeman in Enschede, waarin, voor de maatschappij, een onbevredigende uitspraak is gedaan. Direct na het filmpje werd aan de respondenten gevraagd om op een vijfpuntsschaal aan te geven hoe erg ze deze uitspraak vonden. Hierna werd de tweede vragenlijst ingevuld. Hier kan gekeken worden of het zien van een ‘ramp’ voor de Rechtspraak invloed heeft gehad op het vertrouwen in de Rechtspraak.

Na het invullen van de tweede vragenlijst, werd het volgende videofragment geïntroduceerd. De respondenten kregen tijd om zich voor te bereiden op de volgende video. Hierna kregen de respondenten het videofragment te zien waar een ‘deskundige’, dus de persrechter, een reactie geeft op de ‘ramp’ van de rechtbank. Bij dit punt werden de leerlingen uit één klas aan een van de vier condities toegewezen. Er is gekozen voor een *between subjects design*, omdat het verschil tussen de verschillende communicatiestrategieën duidelijk moest worden. Voordat de respondenten de laatste vragenlijst moesten invullen, werd er nog vraag gesteld over de toelichting van de persrechter. Hierna moesten de respondenten de laatste vragenlijst invullen, om te bekijken in hoeverre het vertrouwen hersteld is door de interventie. Tevens kan bekeken

worden welke communicatiestrategie het vertrouwen in de Rechtspraak het best herstelt. Na het invullen van de derde vragenlijst moesten de respondenten ook een vijftal vragen beantwoorden om de persoonlijkheid te meten.

Om er voor te zorgen dat de respondenten na het zien van een videofragment tijd hebben om alles te laten bezinken, is er gedurende zeven seconden een neutraal videofragment van het logo van de Rechtspraak getoond.

In het kort ziet het onderzoek er als volgt uit: de Rechtspraak ondervindt schade aan haar vertrouwen ('ramp'), een 'deskundige' probeert dit te repareren en er wordt gekeken of het vertrouwen in de Rechtspraak stijgt. Schematisch ziet het onderzoek er als volgt uit:



De manipulatie van de communicatiestrategieën (onafhankelijke variabele) was nodig om te bekijken of er verschil ontstaat in het herstellen van het vertrouwen in de Rechtspraak (afhankelijke variabele) na het zien van een 'ramp'. De mate van het vertrouwen in de Rechtspraak werd gemeten aan de hand van een aantal vragenlijsten, met elk tien stellingen. De respondenten die mee hebben gedaan aan dit onderzoek, hebben niet meegedaan aan de pretest onderzoek. De pretest onderzoek is te zien als een vooronderzoek. Een vooronderzoek bij respondenten die ook meedoen aan het hoofdonderzoek kunnen beïnvloed worden om in het echte onderzoek bepaalde antwoorden te geven, waardoor er *bias* optreedt (Campbell & Stanley, 1963)

3.3 Populatie en steekproef

De respondenten die mee hebben gedaan aan dit onderzoek zijn middelbare scholieren van 4 HAVO, 5 HAVO en 4 VWO. De leerlingen komen van drie locaties van het scholengemeenschap Bonhoeffer College in Enschede, de locaties Bruggertstraat, Geessinkweg en Van der Waalslaan. Per klas is een ander communicatiestrategie getoetst. Tijdens het vak Maatschappijleer of Geschiedenis is dit onderzoek uitgevoerd, omdat het onderwerp goed bij de inhoud van de vakken past. De leerlingen kregen in de klas de videofragmenten te zien en het invullen van de vragenlijsten vond ook plaats in het lokaal.

Er is een keuze gemaakt voor 4 HAVO, 5 HAVO en 4 VWO klassen, omdat er verwacht wordt dat deze doelgroep voldoende kan redeneren om een eigen mening te vormen. Uit onderzoek is namelijk gebleken dat kinderen al op een jonge leeftijd sceptische consumenten worden (Alshebil, 2007). Aangezien kinderen al op een jonge leeftijd een mening kunnen vormen, is de keuze om bij deze doelgroep een onderzoek uit te voeren naar het vertrouwen in de Rechtspraak een goede keuze. Kinderen van deze leeftijd zijn waarschijnlijk niet veel in contact geweest met de Rechtspraak en weten wellicht niet goed wat de Rechtspraak inhoudt. Dit is voor dit onderzoek niet relevant. Doordat de respondenten, na het zien van een videofragment, hun mening moeten weergeven aan de hand van een aantal stellingen en het doel

van het onderzoek het aantonen van een verschil in de effecten van communicatiestrategieën is, is veel kennis van de Rechtspraak niet vereist. De gekozen opleidingsniveau kan ook van invloed zijn op het effect van de communicatiestrategieën. Echter, dit onderzoek dient als opstap voor vervolgonderzoek die representatief is voor de samenleving.

3.3.1 Responspercentage

Voor dit onderzoek zijn de respondenten niet aselekt gekozen. Er is van tevoren bepaald wat de doelgroep van dit onderzoek is en hoe de respondenten geworven worden. In totaal hebben elf klassen meegedaan aan dit onderzoek: vier 4 HAVO- en 5 HAVO klassen en drie 4 VWO klassen. De respondenten zijn per klas verdeeld over de condities. Uiteindelijk is het onderzoek goed uitgevoerd: de klassen van elk niveau zijn goed verdeeld over de condities. Echter, er is geen klas van 4 VWO gevonden om het onderzoek in de Rationele conditie uit te voeren. In totaal hebben 240 respondenten meegedaan aan dit onderzoek, 70 personen zaten in conditie Emotioneel, 45 personen in conditie Rationeel, 58 personen in conditie E-R en tot slot hebben 67 personen mee gedaan aan het onderzoek in conditie R-E. Doordat de klassen van tevoren bepaald waren, is het responspercentage 100 procent. In bijlage 4 zijn de algemene gegevens van de respondenten en de verdeling per conditie weergegeven.

De representativiteit van dit onderzoek is nader bekeken. Dit onderzoek is niet representatief voor de Nederlandse samenleving. In dit onderzoek is er ingegaan op één cruciale leeftijdsgroep in de samenleving, te weten middelbare scholieren. De bevindingen van dit onderzoek zijn representatief voor 4 en 5 HAVO en 4 VWO leerlingen. De geslachtsverdeling in Nederland is 49.47 procent mannelijk en 50.52 procent vrouwelijk (CBS, 2009). Dit onderzoek is qua geslachtsverdeling voldoende representatief (respectievelijk 47.5 procent en 52.5 procent). Het doel van dit onderzoek is het aantonen van mogelijke effecten van communicatiestrategieën. De gekozen respondenten zijn hier geschikt voor.

3.4 Procedure

Er is contact opgenomen met de leraren van het vak Maatschappijleer van de scholengemeenschap Het Bonhoeffercollege om toestemming te verlenen voor het uitvoeren van een onderzoek tijdens een aantal lessen. Bij de locatie Bruggertstraat mocht dit onderzoek bij drie 5 HAVO klassen en twee 4 VWO klassen worden uitgevoerd, bij de locatie Geessinkweg was dit een 4 HAVO en een 5 HAVO klas. Tot slot mochten bij de locatie Van der Waalslaan drie 4 HAVO klassen en een 4 VWO klas meedoen aan dit onderzoek. Dit onderzoek is binnen twee weken uitgevoerd.

Om de communicatiestrategieën op video te ontwikkelen, werd een acteur benaderd om deze strategieën op te voeren. Een docent van Hogeschool Saxion in Enschede is benaderd, hiernaast is Artez in Zwolle benaderd om één van de leerlingen van de opleiding tot docent drama ter beschikking te stellen voor dit onderzoek. Uiteindelijk heeft een rechter in opleiding (raio) in Almelo als persrechter opgetreden voor dit onderzoek. Er is een afspraak gemaakt om de vier communicatiestrategieën op te nemen. Voor het ontwikkelen van de communicatiestrategieën zijn variaties gemaakt op de originele reactie van de persrechter in Almelo.

Voor de ontwikkeling van de vragenlijst is een pretest onderzoek uitgevoerd. Bij de middelbare school Het Stedelijk Lyceum Zuid zijn tijdens de pauze aselect leerlingen uit 4 HAVO, 5 HAVO en 4 VWO gevraagd om een vragenlijst in te vullen.

De data zijn verwerkt in en geanalyseerd via het programma SPSS. Als onderzoeksmethode is gebruik gemaakt van een Paired-Samples T-Test om te analyseren de items van een vragenlijst significant afwijken van de items van een ander vragenlijst. Hiernaast is gebruik gemaakt van One-Way ANOVA met Post Hoc Bonferroni om te analyseren of de strategieën significant van elkaar verschillen in het Reparatie-effect. De uitwerking van de toetsen zijn te vinden in het volgende hoofdstuk.

4. Resultaten

In dit hoofdstuk zullen de resultaten van dit onderzoek besproken worden. Er zijn verschillende analyses uitgevoerd om een antwoord te kunnen geven op de deelvragen. In paragraaf 4.1 wordt de betrouwbaarheid van de vragenlijst getoetst en besproken. In paragraaf 4.2 worden de vragenlijsten nader geanalyseerd om meer inzicht te krijgen in de gemiddelde effecten van de videofragmenten en wordt tevens een keuze gemaakt met welke items er verder wordt geanalyseerd. Vervolgens zullen de reacties van de respondenten over de videofragmenten in paragraaf 4.3 besproken worden. In paragraaf 4.4 zal antwoord worden gegeven op de deelvragen a., b. en c. Hier wordt onderscheid gemaakt tussen de overtuigendheid van de toelichting van de persrechter en de beoordeling van de items na het zien van de reparatiestrategie. Paragraaf 4.5 zal antwoord geven op deelvraag d. De effecten van de communicatiestrategie worden geanalyseerd en er wordt bekeken welke strategie voor de beste reparatie zorgt. In paragraaf 4.6 zal door middel van de vragen die de mate van emotionaliteit en rationaliteit meten getracht worden om antwoord te geven op deelvraag e. Tot slot zal in paragraaf 4.7 antwoord worden gegeven op deelvraag e. Op basis van de rampgevoeligheid (rationeel/emotioneel ingesteld) van de respondenten zal gekeken worden bij welke respondenten de beste strategie ingezet kan worden.

4.1 Betrouwbaarheidsanalyse vragenlijst

Voorafgaand aan het onderzoek is er een pretest verricht. De vragenlijst die hiervoor gebruikt is heeft een Cronbach's Alpha van $\alpha=0.920$. In tabel 4.1 is de betrouwbaarheid van de drie vragenlijsten en de laatste vijf vragen berekend. Een vragenlijst is betrouwbaar wanneer de Cronbach's Alpha hoger dan 0.6 is. Uit de analyses blijkt dat de betrouwbaarheid van vragenlijst 1, 2 en de laatste vijf vragen laag is, namelijk $\alpha=0.547$ (V1), $\alpha=0.573$ (V2) en $\alpha=0.338$ (laatste vijf vragen). Alleen vragenlijst 3 heeft een hoog betrouwbaarheidsgehalte. Dit betekent dat de items van de vragenlijsten niet een coherent vertrouwen in de Rechtspraak meten. In de volgende paragraaf zal geanalyseerd worden welke items het meest gevoelig zijn voor de 'ramp' en reparatie. De items die na het rampvideofragment gaan dalen en na het reparatievideofragment gaan stijgen zullen gebruikt worden voor verdere analyses, omdat items die anders reageren voor ruis zullen zorgen. Er zullen geen uitspraken worden gedaan over het vertrouwen in de Rechtspraak, maar op onderdelen van het vertrouwen.

Tabel 4.1 Betrouwbaarheid vragenlijst

	Cronbach's Alpha	Items
Vragenlijst 1	0.547	10
Vragenlijst 2	0.573	10
Vragenlijst 3	0.712	10
Laatste vijf vragen	0.338	5

4.2 Analyse van de vragenlijsten (gemiddelde effecten van de videofragmenten)

In deze paragraaf zal geanalyseerd worden welke items gebruikt kunnen worden om te onderzoeken welke communicatiestrategie voor de beste reparatie van de onderdelen van het begrip vertrouwen zorgt. Bij de analyse van de items is er geen onderscheid gemaakt tussen de condities. De uitkomsten van deze analyses zijn te vinden in de tabel 4.2. In Bijlage 5 is zien bij welke items de beoordeling significant daalt of stijgt.

Tabel 4.2 Beoordeling van de items per vragenlijst

		Gem (SD) V1	Gem (SD) V2	Gem (SD) V3
1	Bereikbaarheid	3.54 (0.77)	3.13 (0.71)	3.45 (0.72)
2	Bekwaamheid	3.89 (0.71)	3.39 (0.71)	3.40 (0.79)
3	Samenhangend	3.86 (0.76)	3.29 (0.93)	3.64 (0.75)
4	Zorgvuldig met privacy omgaan	3.77 (0.94)	3.59 (0.84)	3.53 (0.86)
5	Eerlijkheid	3.81 (0.81)	3.85 (0.84)	3.54 (0.98)
6	Integriteit	3.00 (0.95)	3.50 (0.85)	2.83 (0.90)
7	Open uiten	3.44 (0.76)	3.53 (0.90)	3.46 (0.88)
8	Algemeen oordeel vertrouwen	2.96 (0.87)	3.65 (0.84)	3.49 (0.78)
9	Beloftevolbrenging	3.49 (0.71)	2.59 (0.83)	3.30 (0.73)
10	Open staan voor signalen uit maatschappij	2.88 (0.75)	2.96 (0.76)	3.20 (0.81)

Uit de analyses blijkt dat er maar drie items bewegen zoals van tevoren werd verwacht. De items *bereikbaarheid*, *samenhangendheid* en *beloftevolbrenging* dalen door het rampvideofragment en stijgen door het reparatievideofragment. Deze dalingen en stijgingen zijn tevens significant (zie Bijlage 5). Uit de tabel is tevens te lezen dat bij deze items de beoordeling niet helemaal hersteld wordt als bij de Voormeting.

Wanneer er gekeken wordt naar het verschil tussen de Voormeting en de Tussenmeting blijkt er een stijging in de beoordeling te bestaan bij de volgende onderdelen: *integriteit* en *algemeen oordeel vertrouwen*. Dit is vreemd, aangezien er een daling van het vertrouwen werd verwacht na het zien van een ‘ramp’. Wanneer er gekeken wordt naar het verschil tussen de Tussenmeting en de Nameting, na het zien van het reparatievideofragment van de persrechter, blijkt er een daling te ontstaan bij de onderdelen *eerlijkheid*, *integriteit* en *algemeen oordeel vertrouwen*. Deze dalingen en stijgingen in de beoordeling zijn significant (zie Bijlage 5, tabellen 2 en 3), maar dit was niet de verwachting. Na een reparatie zou de beoordeling juist omhoog moeten gaan.

Wanneer er gekeken wordt naar het verschil tussen de Voormeting en de Nameting, blijkt dat de ‘ramp’ plus de reparatie nog steeds schadelijke effecten oplevert. Bij de onderdelen *bekwaamheid*, *samenhangendheid*, *zorgvuldig met privacy omgaan*, *eerlijkheid*, *integriteit* en *beloftevolbrenging* daalt uiteindelijk de beoordeling. Deze dalingen in de beoordeling zijn significant (zie Bijlage 5, tabel 4). Blijkbaar wordt het vertrouwen in de Rechtspraak niet helemaal hersteld na het zien van de toelichting van de persrechter.

De items *eerlijkheid*, *integriteit* en *algemeen oordeel vertrouwen* stijgen door de ‘ramp’ en dalen door de reparatie. Dit is ook geheel tegen de verwachting in. In figuur 2, de onderzoeksopzet, is namelijk te zien dat het vertrouwen in de Rechtspraak zal dalen na het zien van een ‘ramp’ en zal stijgen na het zien van

een communicatiestrategie die het vertrouwen probeert te repareren. Deze items voldoen niet aan dit model.

Er is van alle drie vragenlijsten een Inter Item Correlation Matrix gemaakt en een Corrected Item-Total Correlation geanalyseerd (zie Bijlage 6) en er is vervolgens gekeken naar de items die niet goed met de andere items correleren. Uit deze analyses is gebleken dat bij vragenlijst 1 de items 3: Samenhangendheid, 7: Open uiten en 10: Open staan voor signalen uit maatschappij niet goed correleren met de totaalcorrelatie. Bij vragenlijst 2 waren dat de items 1: Bereikbaarheid, 3: Samenhangendheid en 9: Beloftevolbrenging. Bij vragenlijst 3 correleren alle items goed met elkaar. Uit deze analyses blijkt dat de items afzonderlijk moeten worden geanalyseerd.

Op basis van bovenstaande analyses is besloten om niet met alle items verder te analyseren om het vermogen om het vertrouwen in de Rechtspraak te herstellen. Er zal verder geanalyseerd worden met onderdelen van het begrip vertrouwen, namelijk de items Bereikbaarheid, Samenhangendheid en Beloftevolbrenging, omdat deze items zoals de verwachting dalen na het rampvideofragment en stijgen na het reparatievideofragment.

4.3 Reacties van leerlingen na het zien van de videofragmenten

Na het zien van de videofragmenten en het invullen van de vragenlijst, werd klassikaal de vraag gesteld wat de respondenten van de uitspraak en de reactie van de persrechter vonden. Hier worden een aantal uitspraken van de respondenten weergegeven. Voor uitgebreidere reacties wordt verwezen naar bijlage 7.

Een aantal klassen reageerde spontaan na het zien van het videofragment van de uitspraak, men begon door elkaar te praten over wat ze hadden gezien. Indien de uitspraak over de verdachten ging, vonden de leerlingen de vrijspraak onterecht. Werd de casus op de leerlingen zelf betrokken, vonden ze de vrijspraak terecht, op een enkeling na.

Sommige leerlingen vonden de uitspraak goed. Het was een goede uitspraak, omdat het in de wet staat en de rechtbank zich aan regels moet houden. Dat de uitspraak niet aan het rechtvaardigheidsgevoel voldoet onderkennen de respondenten, maar de rechtbank zal zich aan de wet moeten houden was de conclusie.

De reacties van de leerlingen in alle condities, na de toelichting van de persrechter over de uitspraak, waren bijna allen gelijk. Ze vonden de reactie van de persrechter goed. De enige keer waar heftige reacties kwamen, was bij de emotionele strategie. Leerlingen konden niet begrijpen waarom de rechtbank niets had kunnen doen, ondanks dat de rechtbank de uitspraak zelf ook zo erg vond. Blijkbaar heeft een uitleg waarom de rechtbank iemand niet heeft kunnen veroordelen, ondanks dat ze het zelf ook heel erg vinden, een negatief effect. De rechtbank krijgt dan geen sympathie van de respondenten, maar raken juist meer verward! De meeste reacties kwamen na het zien van het videofragment over de vrijspraak en niet over de toelichting van de persrechter.

4.4 Analyse van de vragenlijsten (beoordeling van de toelichting en het vertrouwen)

In deze paragraaf zal, aan de hand van de stellingen van de drie vragenlijsten, per conditie bekeken worden wat de verschillen zijn tussen de communicatiestrategieën. De tabellen met de uitkomsten van deze vragenlijsten zijn te vinden in Bijlage 5. De resultaten uit deze paragraaf zullen een antwoord geven op de deelvragen a., b. en c. Bij deze analyses zal er niet alleen gekeken worden naar de drie onderdelen van het begrip het vertrouwen in de Rechtspraak, bereikbaarheid, samenhangendheid en beloftevolbrenging, maar zal er ook gekeken worden naar de overtuigendheid van de toelichting van de persrechter.

De respondenten hebben drie vragenlijsten ingevuld. Uit de voormeting zijn geen opvallendheden op te merken (zie Bijlage 5, tabel 2). Opvallend aan de tweede vragenlijst is dat de respondenten de uitspraak van de rechter erg vonden. Bij elke conditie wordt er gemiddeld hoger dan een 4 gescoord. Dit betekent dat de respondenten de uitspraak, met een gemiddelde score van $M=4.25$ en $SD=0.77$, meer dan erg vonden. Uit de analyse van de tussenmeting zijn er geen noemenswaardige verschillen te zien (zie Bijlage 5, tabel 3).

De overtuigendheid van de toelichting van de persrechter

Het is interessant om te onderzoeken of respondenten anders tegen de toelichting van de persrechter aankijken dan tegen de onderdelen van het begrip vertrouwen in de Rechtspraak als geheel. Daarom is er voor gekozen om analyses te verrichten naar de overtuigendheid van de toelichting van de persrechter.

Er is een One-Way ANOVA uitgevoerd om te analyseren of er significante verschillen bestaan tussen de strategieën als het gaat om de vraag “*Hoe overtuigend vind jij deze toelichting?*”. In tabel 11 (Bijlage 8) is te zien dat de strategieën significant van elkaar verschillen. Als de Rechtspraak een toelichting van een persrechter overtuigend wil laten overkomen, maakt het dus uit welke communicatiestrategie ingezet wordt.

Er is ook een One-Way ANOVA met Post Hoc Bonferroni uitgevoerd om de strategieën onderling met elkaar te vergelijken en te analyseren welke strategieën significant van elkaar verschillen. In tabel 4.3 zijn de resultaten van de verschillen tussen de condities te zien als het gaat om de overtuigendheid van de toelichting van de persrechter. Bij de vraag “*Hoe overtuigend vind jij deze toelichting?*” is te zien dat de strategie Emotioneel significant slechter is dan de andere strategieën. De strategie Emotioneel zorgt er het minst voor dat de toelichting van de persrechter overtuigend wordt bevonden.

Er is verder geen significant verschil in de beoordeling tussen de condities Rationeel vs. E-R en Rationeel vs. R-E de condities E-R en R-E. Tabel 4.3 kan als volgt samengevat worden: strategie E-R is beter dan strategie Rationeel, die gelijk is aan strategie R-E, die weer beter zijn dan strategie Emotioneel ($E-R > (R=R-E) > E$).

Tabel 4.3 One-Way ANOVA met Post Hoc Bonferroni "Hoe overtuigend vind jij deze toelichting?"

Hoe overtuigend is toelichting? (A-B)	Gem (SD)	Gem (SD)	Gem Verschil (A-B) (SD)	Sig.
Emotioneel vs. Rationeel	2.57 (1.07)	3.27 (1.16)	-0.70 (0.20)	0.003*
Emotioneel vs. E-R	2.57 (1.07)	3.58 (1.08)	-1.01 (0.19)	0.000*
Emotioneel vs. R-E	2.57 (1.07)	3.25 (0.88)	-0.68 (0.18)	0.001*
Rationeel vs. E-R	3.27 (1.16)	3.58 (1.08)	-0.32 (0.21)	0.798
Rationeel vs. R-E	3.27 (1.16)	3.25 (0.88)	0.01 (0.20)	1.000
E-R vs. R-E	3.58 (1.08)	3.25 (0.88)	0.33 (0.19)	0.506

* Significant bij $p \leq 0.05$

Het vertrouwen in de Rechtspraak na de toelichting van de persrechter

De items bereikbaarheid, samenhangendheid en beloftevolbrenging worden bij vragenlijst 3 hoger dan een drie beoordeeld, men is het dus eens met de stellingen over de Rechtspraak en hebben dus een positief beeld (zie Bijlage 5, tabel 3).

In tabel 4.4 is een One-Way ANOVA uitgevoerd om te analyseren of er significante verschillen bestaan tussen de strategieën als het gaat om de beoordeling van de items na het zien van de toelichting van de persrechter. Uit de tabel blijkt dat de strategieën niet significant van elkaar verschillen. Het maakt dus niet uit welke strategie wordt ingezet om beter over te komen op het gebied van bereikbaarheid, samenhangendheid en beloftevolbrenging. Echter, er is wel een tendens te zien bij het item bereikbaarheid. Indien alle strategieën bij elkaar worden genomen zouden de verschillen significant zijn als er getoetst zou worden met een significantieniveau van $p \leq 0.10$.

Tabel 4.4 One-Way ANOVA beoordeling na reparatie

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Bereikbaarheid	Between groups	3.918	3	2.306	2.535	0.058**
	Within Groups	121.578	236	0.515		
	Totaal	125.496	239			
Samenhangendheid	Between groups	0.768	3	0.256	0.448	0.719
	Within Groups	134.695	236	0.571		
	Totaal	135.463	239			
Beloftevolbrenging	Between groups	0.863	3	0.288	0.534	0.660
	Within Groups	127.133	236	0.539		
	Totaal	127.996	239			

* Significant bij $p \leq 0.05$,

** Significant bij $p \leq 0.10$

Er is ook een One-Way ANOVA met Post Hoc Bonferroni uitgevoerd om de strategieën onderling met elkaar te vergelijken en te analyseren welke strategieën significant van elkaar verschillen op de onderdelen bereikbaarheid, samenhangendheid en beloftevolbrenging (zie Bijlage 8, tabellen 12 tot en met 14). Uit deze analyses blijkt wederom dat de strategieën niet significant van elkaar verschillen.

Ondanks dat er geen significante resultaten bestaan tussen de strategieën in de beoordeling van de items na de het zien van de toelichting van de persrechter (reparatie), zullen de tabellen als volgt worden

samengevat: voor de *bereikbaarheid* geldt het volgende: de strategie R-E is beter dan de strategie Emotioneel, die weer beter is dan de strategie E-R die gelijk is aan de strategie Rationeel. ($R-E > E > (E-R=R)$). Voor de *samenhangendheid* geldt: de strategie Rationeel is beter dan de strategie E-R die gelijk is aan de strategie R-E die weer beter zijn dan de strategie Emotioneel ($R > (E-R=R-E) > E$). Ten slotte geldt voor de *beloftevolbrenging* dat de strategie R-E beter is dan de strategie Rationeel die gelijk is aan de strategie Emotioneel, die weer beter zijn dan de strategie E-R ($R-E > (R=E) > E-R$). Echter, geen van deze strategieën verschillen significant van elkaar. Alle strategieën hebben een positief effect op de stellingen die positief beoordeeld zijn.

Tabel 4.5 Samenvattend tabel beoordeling

	Overtuigendheid toelichting Gem (SD)	Bereikbaarheid Gem (SD)	Samenhangend Gem (SD)	Beloftevolbrenging Gem (SD)
Emotioneel	2.57 (1.07)	3.49 (0.78)	3.56 (0.71)	3.30 (0.77)
Rationeel	3.27 (1.16)	3.31 (0.73)	3.71 (0.87)	3.29 (0.79)
E-R	3.58 (1.08)	3.33 (0.76)	3.67 (0.80)	3.21 (0.74)
R-E	3.25 (0.88)	3.63 (0.60)	3.64 (0.67)	3.37 (0.65)

In tabel 4.5 is een samenvattend tabel te zien van de beoordeling van de toelichting van de persrechter en de beoordeling van de items van het vertrouwen in de Rechtspraak. Op basis van bovenstaande analyses kan er antwoord worden gegeven op de volgende deelvragen:

- Welke communicatiestrategie is het meest overtuigend?* Wanneer er gekeken wordt naar de overtuigendheid van de toelichting van de persrechter, blijkt de strategie E-R het meest overtuigend te zijn.
- Welke van de twee communicatiestrategieën (Emotioneel of Rationeel) kan het beste ingezet worden bij het herstel van het vertrouwen in de Rechtspraak?* Er wordt gekeken naar drie onderdelen van het begrip vertrouwen. De emotionele strategie en de rationele strategie zijn gelijkwaardig als het gaat om het herstellend vermogen van het vertrouwen in de Rechtspraak met de onderdelen bereikbaarheid, samenhangendheid en beloftevolbrenging. Wanneer er gekeken wordt naar de overtuigendheid van de toelichting van de persrechter, blijkt de rationele strategie beter te werken dan de emotionele strategie.
- Indien de twee communicatiestrategieën samen worden gevoegd tot een combinatiestrategie, is er dan sprake van een volgorde-effect? Is er een verschil tussen het effect van de communicatiestrategie Emotioneel – Rationeel (E-R) en de strategie Rationeel – Emotioneel (R-E)?* De strategieën E-R en R-E zijn gelijkwaardig als het gaat om het herstellend vermogen van het vertrouwen in de Rechtspraak met de onderdelen bereikbaarheid, samenhangendheid en beloftevolbrenging. Er is hier geen sprake van een volgorde-effect. Wanneer er gekeken wordt naar de overtuigendheid van de toelichting van de persrechter, blijkt de strategie E-R beter te werken dan de strategie R-E.

4.5 Analyse van de effecten van de communicatiestrategie

In deze paragraaf zal er per conditie besproken worden of er significante verschillen bestaan en of een communicatiestrategie effect heeft gehad. De uitkomsten van deze analyses zijn te vinden in Bijlagen 9 tot en met 12. De resultaten van deze paragraaf zullen antwoord geven op deelvraag d. Echter, bij deze analyses zal er per item gekeken worden welke strategie voor de beste stijging in de beoordeling zorgt na het zien van de reparatie.

Er is een Paired Samples T-Test uitgevoerd om te kijken of de beoordeling van de items significant daalt na het zien van het rampvideofragment en significant stijgt na het zien van het reparatievideofragment. Het blijkt dat bij alle strategieën de beoordeling van de items na het zien van de ‘ramp’ significant daalt (zie Bijlagen 9 tot en met 12 verschil V1 en V2). Na het zien van de reparatie stijgt de beoordeling bij alle strategieën. Echter, deze zijn niet allen significant. In tabel 4.6 is het saldo te zien van de beoordeling van vragenlijst 2 verminderd met de beoordeling van vragenlijst 3. Een negatief saldo betekent een stijging van de beoordeling. Het blijkt dat bij het item Bereikbaarheid de strategie R-E voor de beste reparatie zorgt. Bij het item Samenhangendheid is dit de strategie Rationeel en ten slotte zorgt strategie R-E ook voor de beste reparatie bij het item Beloftevolbrenging. De stijgingen in de beoordeling van deze strategieën zijn significant. Echter, beoordeling van de items stijgt na het zien van de reparatie niet terug naar de beginsituatie (zie Bijlage 9 tot en met 12 verschil V1 en V3).

Tabel 4.6 Beoordeling van de items: saldo van V2-V3 per conditie na zien van reparatie

		Emotioneel Gem (SD)	Rationeel Gem (SD)	E-R Gem (SD)	R-E Gem (SD)	Beste reparatie
1	Bereikbaarheid	-0.29 (0.76)	-0.31 (1.04)	-0.05 (1.00)	-0.63 (0.88)	R-E
3	Samenhangend	-0.39 (1.00)	-0.56 (1.13)	-0.34 (0.87)	-0.18 (1.06)	Rationeel
9	Beloftevolbrenging	-0.79 (1.03)	-0.53 (1.24)	-0.53 (1.17)	-0.88 (0.98)	R-E

Wat betekent deze uitkomst als het teruggekoppeld word naar de beschreven modellen? Wanneer persrechters een toelichting geven op een uitspraak, gebeurt dit altijd via een rationele strategie. De Rechtspraak mag namelijk alleen maar feiten doorgeven en dit maakt wat de Rechtspraak is (pijl 1) (zie Figuur 1 Kijkwijze op de Rechtspraak). Uit bovenstaande resultaten blijkt dat de Rechtspraak toch beide elementen moet gebruiken (zowel rationele als emotionele argumenten) om het vertrouwen na een ‘ramp’ zo goed mogelijk te herstellen. Na een ‘ramp’ kan het vertrouwen dus weer gaan stijgen, dit voldoet ook aan de onderzoeksanpak in Figuur 2.

Naar aanleiding van de bevindingen van de Paired Samples T-Test is er gekozen om verder te analyseren of er significante verschillen bestaan tussen de strategieën. Door middel van een One-Way ANOVA met Post Hoc Bonferroni kan gekeken worden of dit het geval is. Om beter inzicht te krijgen in de effecten, zal er verder geanalyseerd worden met de verschilwaarden tussen de vragenlijsten. Wanneer de waarden van vragenlijst 1 worden verminderd met de waarden van vragenlijst 2 (V1-V2), wordt het Rampeffect

berekend. Wanneer de waarden van vragenlijst 3 worden verminderd met de waarden van vragenlijst 2 (V3-V2), wordt het Reparatie-effect berekend. Indien het Rampeffect positief is, laat de 'ramp' de beoordeling van de items dalen. Indien het Reparatie-effect positief is, dan stijgt de beoordeling na het zien van de strategie. Op basis van het Reparatie-effect kan gekeken worden welke van de strategieën voor de beste reparatie van de onderdelen van het begrip vertrouwen in de Rechtspraak zorgt.

Uit de tabellen in Bijlage 13 blijkt dat er geen significante verschillen bestaan tussen de vier condities na het zien van het rampvideofragment. Alle respondenten hebben hetzelfde rampvideofragment gezien en zijn nog niet blootgesteld aan een treatment. Om deze reden klopt het dus dat er geen verschil bestaat tussen de condities.

In Bijlage 14 staan de resultaten van de verschillen tussen de condities bij het Reparatie-effect. Na het zien van het reparatievideofragment bestaan er alleen significante verschillen als de condities samen worden genomen bij het item bereikbaarheid. Als de strategieën onderling met elkaar worden vergeleken blijkt alleen het verschil tussen de strategieën E-R en R-E significant te zijn. De resultaten bij het item *bereikbaarheid* (Bijlage 14, tabel 32) kunnen als volgt samengevat worden: strategie R-E is beter dan strategie E-R die gelijk is aan strategie Rationeel, die weer beter zijn dan strategie Emotioneel ($R-E > (E-R=R) > E$). Bij het item *samenhangendheid* zijn er onderling geen significante verschillen. Gemiddeld gesproken kunnen de resultaten als volgt samengevat worden (Bijlage 14, tabel 33): strategie Rationeel is beter dan strategie Emotioneel, die weer beter is dan strategie E-R, die weer beter is dan strategie R-E ($R > E > E-R > R-E$). Ten slotte kunnen de resultaten van het item *beloftevolbrenging* als volgt worden samengevat (Bijlage 14, tabel 34): strategie R-E is beter dan strategie Emotioneel, die weer beter is dan strategie E-R die gelijk is aan strategie Rationeel ($R-E > E > (E-R=R)$).

Op basis van bovenstaande analyses kan er antwoord worden gegeven op de volgende deelvraag:

- d. *Welke communicatiestrategie zorgt voor de beste reparatie van het vertrouwen in de Rechtspraak?* De strategie R-E zorgt voor de beste reparatie na het zien van het rampvideofragment bij de items Bereikbaarheid en Beloftevolbrenging. De strategie Rationeel zorgt voor de beste reparatie bij het item Samenhangendheid. Blijkbaar zijn beide elementen (rationele en emotionele argumentatie) nodig om het vertrouwen in de Rechtspraak te repareren.

4.6 Analyse van het Reparatie-effect op basis van de persoonlijkheid

Er is door middel van de laatste vijf vragen in de vragenlijst getracht te onderzoeken of de persoonlijkheid van de mens invloed heeft op het besluitvormingsproces en antwoord te geven op deelvraag e. Uit de analyses is gebleken het lezen van de krant significant van invloed is op de beoordeling van de beloftevolbrenging bij het Rampeffect en het Reparatie-effect. Verder is er nog een tendens te zien bij de beoordeling van de bereikbaarheid bij het Rampeffect. Bij een significantieniveau van $p=0.10$ zou hier de krant ook significant effect hebben (zie Bijlage 15, tabel 35 en Bijlage 16, tabel 42). Na het zien van het rampvideofragment blijken lezers van de Trouw en de Tubantia de bereikbaarheid beter te beoordelen dan

de lezers van de NRC Handelsblad. De lezers van de Trouw blijken bij de beoordeling van de beloftevolbrenging hoger te scoren dan de lezers van de Volkskrant (bij een $p \leq 0.10$). Na het zien van het reparatievideofragment blijken de lezers van de Trouw de beloftevolbrenging van de Rechtspraak significant hoger te beoordelen dan de lezers van de andere kranten (zie Bijlage 15, tabellen 36 en 37). Verder blijkt er bij het Reparatie-effect een tendens te bestaan tussen de lezers van de Tubantia en de Volkskrant. Bij een significantieniveau van $p = 0.10$ zouden lezers van Tubantia de beloftevolbrenging significant beter beoordelen dan de lezers van de Volkskrant (zie Bijlage 16, tabel 43).

Welke programma de respondenten het meest kijken blijken enig effect te hebben op de beoordeling van de bereikbaarheid van de Rechtspraak (bij een $p \leq 0.10$) bij het Rampeffect. Verder blijkt het hoeveelheid vertrouwen van de ouders significant invloed te hebben op de beoordeling van de beloftevolbrenging van de Rechtspraak bij het Rampeffect en het Reparatie-effect. Ook is er een tendens te zien bij het Reparatie-effect. Het hoeveelheid vertrouwen van de ouders in de Rechtspraak zou bij een significantieniveau van $p = 0.10$ significant invloed hebben op de beoordeling van de bereikbaarheid van de Rechtspraak. De uitkomsten van deze analyses zijn te vinden in Bijlagen 15 en 16.

Uit de analyse van de algemene gegevens blijkt het geslacht significant invloed te hebben op de beoordeling van de bereikbaarheid van de Rechtspraak bij het Rampeffect. Bij het Rampeffect beoordelen mannen ($M = 0.56$, $SD = 1.14$) de bereikbaarheid significant hoger dan de vrouwen ($M = 0.29$, $SD = 0.83$; $t(203.995) = 2.118$, $p \leq 0.05$). Bij het Reparatie-effect blijken er tendensen te bestaan voor de beoordeling van de bereikbaarheid en de samenhangendheid. Bij een significantieniveau van $p = 0.10$ zouden de verschillen tussen man en vrouw ook significant zijn (zie Bijlage 17, tabel 48 en Bijlage 18, tabel 53). Verder blijken er nog tendensen te bestaan bij het Rampeffect als het gaat om het effect van de klas op de beoordeling van de bereikbaarheid en samenhangendheid. Ook hier zou het effect van de klas significant zijn als er getoetst zou worden met een significantieniveau van $p = 0.10$. Voor meer analyses zie bijlagen 17 en 18.

Er is getracht te onderzoeken of er bij verschillende mate van rampgevoeligheid (rationeel/emotioneel ingesteld) een verschil bestaat tussen het effect van de communicatiestrategieën. Echter, tijdens de analyses is gebleken dat er op basis van deze vragen geen onderscheid kan worden gemaakt in de verschillende mate van rampgevoeligheid. Om deze reden zal er in de volgende paragraaf op een andere manier geanalyseerd worden om een verschil in rampgevoeligheid aan te tonen.

4.7 Analyse van het Reparatie-effect op basis van het Rampeffect

Er is gekozen om op een andere manier de persoonlijkheid van de mens in kaart te brengen, namelijk op basis van het Rampeffect. Wanneer het Rampeffect kleiner is aan nul, zal het vertrouwen in de Rechtspraak stijgen. Er kan vanuit worden gegaan dat de mens hier zijn ratio gebruikt wanneer de 'ramp' zich voordoet. Wanneer feiten naast elkaar worden gelegd en hier rationeel over na wordt gedacht, kan de gedachte gevormd worden dat de uitspraak rechtsgeldig is. Hierdoor kan het vertrouwen in de Rechtspraak gelijk blijven of juist gaan stijgen. Indien het Rampeffect gelijk is aan nul, kan geen uitspraak

gedaan worden over de mate van rationaliteit en emotionaliteit. Indien het Rampeffect groter dan nul is, zal het vertrouwen in de Rechtspraak gaan dalen. Er wordt dan minder rationeel naar de feiten gekeken, maar emotioneel naar de situatie. Het rechtvaardigheidsgevoel kan hierbij een grote rol spelen. Er zal worden geanalyseerd of dit fenomeen zich voordoet in dit onderzoek. De verwachting was dat het vertrouwen van de respondenten na het zien van de ‘ramp’ zou dalen. Echter, uit nader onderzoek is gebleken dat het vertrouwen van veel respondenten hetzelfde blijft of zelfs stijgt. Dit is een interessant gegeven dat wellicht van invloed kan zijn op het effect van de communicatiestrategie. In de volgende deelparagrafen zullen analyses besproken worden waar onderscheid wordt gemaakt op basis van het Rampeffect van de onderdelen van het vertrouwen in de Rechtspraak (Bereikbaarheid, Samenhangendheid en Beloftevolbrenging). De resultaten van deze paragraaf zullen antwoord geven op deelvraag e. In paragraaf 4.7.1 worden de analyses van het Rampeffect < 0 besproken. In paragraaf 4.7.2 komen de analyses aan bod wanneer het vertrouwen hetzelfde blijft na het zien van het ‘ramp’-filmpje (Rampeffect=0). Vervolgens komen in paragraaf 4.7.3 de analyses bij het Rampeffect > 0 aan bod. Ten slotte zal er in paragraaf 4.7.4 antwoord worden gegeven op de deelvraag.

4.7.1 Analyses bij Rampeffect < 0 (hogere beoordeling na het zien van de ‘ramp’)

Er is bij de respondenten met een Rampeffect < 0 (de beoordeling stijgt na het zien van de ‘ramp’) bij de items Bereikbaarheid, Samenhangendheid en Beloftevolbrenging berekend of de strategieën significant verschillen in hun effect op het Reparatie-effect. In tabel 4.7 zijn de resultaten van de One-Way ANOVA analyse te vinden. Het blijkt dat de strategieën significant van elkaar verschillen in hun invloed op de beoordeling van de bereikbaarheid van de Rechtspraak.

Tabel 4.7 One-Way ANOVA Effecten strategieën op Reparatie-effect bij Rampeffect < 0

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Bereikbaarheid < 0	Between groups	6.857	3	2.286	3.918	0.021*
	Within Groups	14.000	24	0.583		
	Totaal	20.857	27			
Samenhangendheid < 0	Between groups	0.545	3	0.182	0.234	0.872
	Within Groups	25.563	33	0.775		
	Totaal	26.108	36			
Beloftevolbrenging < 0	Between groups	0.441	3	0.147	0.132	0.939
	Within Groups	14.500	13	1.115		
	Totaal	14.941	16			

* Significant bij $p \leq 0.05$

Wanneer de strategieën onderling met elkaar worden vergeleken, blijkt na het zien van de reparatiestrategieën de beoordeling te gaan dalen. Dit gegeven gaat geheel tegen de verwachting in. Een strategie moet de beoordeling juist hoger maken. Er zal worden bekeken welke strategie voor de kleinste daling van de beoordeling zorgt. Gemiddeld gezien laten de strategieën Emotioneel en Rationeel de beoordeling van de Bereikbaarheid het minste dalen. Het blijkt zelfs dat strategie Emotioneel significant

verschilt van strategie E-R (zie Bijlage 19, tabel 58). Samengevat ziet de beoordeling van de Bereikbaarheid als volgt uit: de strategie Emotioneel is gelijk aan de strategie Rationeel, die weer beter zijn dan strategie R-E die weer beter is dan strategie E-R ($(E=R)>R-E>E-R$). Bij de beoordeling van de Samenhangendheid bestaan geen significante verschillen tussen de strategieën. Gemiddeld gezien kunnen de bevindingen als volgt samen worden gevat voor de Samenhangendheid: de strategie E-R is gelijk aan strategie R-E die weer beter is dan strategie Rationeel die weer beter is dan strategie E ($(E-R=R-E>R>E)$) (zie Bijlage 19, tabel 59). Ook de resultaten van de beoordeling van de Beloftevolbrenging zijn niet significant. Echter, gemiddeld kunnen de resultaten als volgt worden samengevat: de strategieën Emotioneel, Rationeel en E-R zijn gelijk aan elkaar, maar zijn beter dan strategie R-E ($(E=R=E-R)>R-E$) (zie Bijlage 19, tabel 60). Het is opvallend dat alle reparatiestrategieën voor een daling van de beoordeling van de onderdelen van het vertrouwen in de Rechtspraak zorgen.

4.7.2 Analyses bij Rampeffect = 0 (beoordeling blijft gelijk na het zien van de 'ramp')

In deze deelparagraaf zullen analyses besproken worden bij de respondenten waar de 'ramp' geen effect heeft gehad. Het Rampeffect is dus gelijk aan nul, de beoordeling van de onderdelen van het vertrouwen in de Rechtspraak blijft gelijk na het zien van het rampvideofragment. In tabel 4.8 zijn de resultaten te vinden van de One-Way ANOVA waar gekeken wordt of de strategieën significant van elkaar verschillen in hun effect op de beoordeling van de items. Uit de tabel blijkt dat er geen significante verschillen bestaan tussen de strategieën. Er is bij de beoordeling van de Samenhangendheid wel een tendens te zien. Bij een significantieniveau van $p \leq 0.10$ zouden de verschillen significant zijn.

Tabel 4.8 One-Way ANOVA Effecten strategieën op Reparatie-effect bij Rampeffect = 0

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Bereikbaarheid = 0	Between groups	1.473	3	0.491	1.262	0.292
	Within Groups	39.289	101	0.389		
	Totaal	40.762	104			
Samenhangendheid = 0	Between groups	3.268	3	1.089	2.446	0.069**
	Within Groups	37.856	85	0.445		
	Totaal	41.124	88			
Beloftevolbrenging = 0	Between groups	1.608	3	0.536	1.130	0.344
	Within Groups	29.422	62	0.475		
	Totaal	31.030	65			

* Significant bij $p \leq 0.05$,

** Significant bij $p \leq 0.10$

In Bijlage 20 is te zien dat een aantal reparatiestrategieën voor een stijging in de beoordeling zorgen en anderen voor een daling bij de groep waar de beoordeling gelijk blijft na het zien van het rampvideofragment. Gemiddeld gezien kunnen de resultaten bij de beoordeling van de Bereikbaarheid als volgt worden samengevat: strategie R-E is beter dan strategie Emotioneel, die weer beter is dan strategie Rationeel die weer beter is dan strategie E-R ($R-E>R>E>E-R$) (zie Bijlage 20, tabel 61). De verschillen

tussen de strategieën zijn niet significant. De beoordeling van de Samenhangendheid ziet er als volgt uit. Strategie E-R is beter dan strategie Rationeel die weer beter is dan strategie Emotioneel die weer beter is dan strategie R-E (**E-R>R>E>R-E**) (zie Bijlage 20, tabel 62). Hierbij is er een tendens te zien tussen het verschil tussen de strategieën E-R en R-E. Bij een significantieniveau van $p=0.10$ is het verschil tussen deze strategieën significant. Het is opvallend dat bij de Bereikbaarheid de strategie R-E het beste repareert en de strategie E-R het minst, terwijl bij de Samenhangendheid dit precies andersom is. Ten slotte is de beoordeling van de Beloftevolbrenging als volgt samen te vatten: strategie Emotioneel is beter dan strategie R-E, die weer beter is dan strategie E-R die weer beter is dan strategie Rationeel (**E>R-E>E-R>R**) (zie Bijlage 20, tabel 63). Ook hier zijn de verschillen niet significant.

4.7.3 Analyses bij Rampeffect > 0 (lagere beoordeling na het zien van de ‘ramp’)

In deze deelparagraaf zullen analyses uitgevoerd worden bij de respondenten die wel rampegevoelig zijn. Als het rampeffect groter is dan nul, daalt het vertrouwen in de Rechtspraak na het zien van het rampvideofragment. In Figuur 2 (onderzoeksaanpak) is te zien dat verwacht werd dat het vertrouwen in de Rechtspraak zal gaan dalen na het zien van de ‘ramp’. In tabel 4.9 is bij de respondenten die de items lager beoordeelden na het zien van de ‘ramp’ een One-Way ANOVA uitgevoerd, om te analyseren of de strategieën significant verschillen in hun effect op de beoordeling van de items na het zien van het reparatievideofragment. Uit de analyse blijkt dat de strategieën niet significant van elkaar verschillen.

Tabel 4.9 One-Way ANOVA Effecten strategieën op Reparatie-effect bij Rampeffect > 0

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Bereikbaarheid > 0	Between groups	4.603	3	1.534	1.935	0.129
	Within Groups	81.696	103	0.793		
	Totaal	86.299	106			
Samenhangendheid > 0	Between groups	0.203	3	0.068	0.081	0.970
	Within Groups	91.762	110	0.834		
	Totaal	91.965	113			
Beloftevolbrenging > 0	Between groups	0.932	3	0.311	0.349	0.790
	Within Groups	135.986	153	0.889		
	Totaal	139.917	156			

Uit de One-Way ANOVA met Post Hoc Bonferroni analyses blijkt het vertrouwen bij alle strategieën weer te stijgen na het zien van de reparatiestrategie van de persrechter (zie Bijlage 21). Bij de beoordeling van Bereikbaarheid blijkt de strategie R-E voor een betere reparatie te zorgen dan de strategie Rationeel. Deze is weer beter dan de strategie Emotioneel die weer beter is dan de strategie E-R (**R-E>R>E>E-R**) (zie Bijlage 21, tabel 64). Bij de beoordeling van de Samenhangendheid is de strategie Rationeel toch iets beter dan de strategie R-E (**R>R-E>E>E-R**) (zie Bijlage 21, tabel 65). Bij het item Beloftevolbrenging blijkt ineens de strategie Emotioneel de beoordeling als beste te repareren (**E>R-E>R>E-R**) (zie Bijlage 21, tabel 66). De verschillen tussen de strategieën zijn niet significant.

4.7.4 Beste strategie op basis van het Rampeffect

In de voorgaande deelparagrafen zijn er analyses uitgevoerd op basis van de mate van rampgevoeligheid. Nu deze analyses zijn uitgevoerd, kan er antwoord gegeven worden op de volgende deelvraag:

- e. *Welke communicatiestrategie kan het beste gebruikt worden bij respondenten met een verschillende mate van rampgevoeligheid (Emotioneel/Rationeel ingesteld)?* Bij de respondenten die een hogere beoordeling geven op de items Bereikbaarheid, Samenhangendheid en Beloftevolbrenging na het zien van de ‘ramp’ (Rampeffect < 0 , rationeel ingesteld), stijgt de beoordeling niet na het zien van een reparatiestrategie. Echter, de communicatiestrategieën Emotioneel en Rationeel zorgen voor de minste daling van het item Bereikbaarheid. Bij het items Samenhangendheid zijn het juist de strategieën E-R en R-E. Voor de beoordeling van de Beloftevolbrenging maakt het eigenlijk niet uit welke strategie gebruikt wordt, alleen strategie Emotioneel zorgt voor de minste stijging. Bij de respondenten die niet rampgevoelig waren (Rampeffect=0) en waar de beoordeling dus niet daalde of steeg, blijkt bij elke item een andere strategie voor de beste reparatie te zorgen. Voor de Bereikbaarheid is dit de strategie R-E, voor de Samenhangendheid is dit de strategie E-R en voor de Beloftevolbrenging is dit de strategie Emotioneel. Wanneer de respondenten wel rampgevoelig zijn (Rampeffect > 0 , emotioneel ingesteld), daalt de beoordeling na het zien van de. Uit de analyses blijkt dat ook bij deze groep voor elke item een ander strategie voor de beste reparatie zorgt. Bij de Bereikbaarheid is dit de strategie R-E, voor de Samenhangendheid is het de strategie Rationeel en voor de Beloftevolbrenging is het de strategie Emotioneel.

5. Conclusies

Dit onderzoek was een studie naar het herstellend vermogen van het vertrouwen in de Rechtspraak. De probleemstelling die in dit onderzoek centraal stond was: hoe kan het vertrouwen in de Rechtspraak hersteld worden en wat zijn de verklarende modellen? Dit onderzoek is verricht om een antwoord te geven op de volgende hoofdvraag: **Welke communicatiestrategie kan het beste ingezet worden voor een herstel van het vertrouwen in de Rechtspraak, na een gebeurtenis waardoor het vertrouwen geschaad is?** Hoe kan het vertrouwen in de Rechtspraak met een communicatiestrategie hersteld worden na een ‘ramp’? Uit de analyses is gebleken dat er geen antwoord kan worden gegeven over het herstel van het vertrouwen, maar alleen op drie onderdelen van het begrip vertrouwen, namelijk Bereikbaarheid, Samenhangendheid en Beloftevolbrenging. Om een antwoord te geven op de vraag zullen eerst de deelvragen van de casus beantwoordt moeten worden. De volgende communicatiestrategieën zijn getoetst: Emotioneel, Rationeel en de combinatiestrategieën Emotioneel – Rationeel en Rationeel – Emotioneel. Er is bekeken welke van deze strategieën het beste ingezet kan worden na een uitspraak van een rechtszaak waar veel mensen het niet mee eens zijn of de uitspraak niet voldoet aan het rechtvaardigheidsgevoel. Tevens zal er teruggekoppeld worden naar de modellen die centraal stonden in dit onderzoek.

5.1 Beantwoording van de deelvragen

- a. *Welke communicatiestrategie is het meest overtuigend?* Wanneer er gekeken wordt naar de overtuigendheid van de toelichting van de persrechter, blijkt de strategie E-R het meest overtuigend te zijn.
- b. *Welke van de twee communicatiestrategieën (Emotioneel of Rationeel) kan het beste ingezet worden bij het herstel van het vertrouwen in de Rechtspraak?* Er wordt gekeken naar drie onderdelen van het begrip vertrouwen. De emotionele strategie en de rationele strategie zijn gelijkwaardig als het gaat om het herstellend vermogen van het vertrouwen in de Rechtspraak met de onderdelen bereikbaarheid, samenhangendheid en beloftevolbrenging. Wanneer er gekeken wordt naar de overtuigendheid van de toelichting van de persrechter, blijkt de rationele strategie beter te werken dan de emotionele strategie.
- c. *Indien de twee communicatiestrategieën samen worden gevoegd tot een combinatiestrategie, is er dan sprake van een volgorde-effect? Is er een verschil tussen het effect van de communicatiestrategie Emotioneel – Rationeel (E-R) en de strategie Rationeel – Emotioneel (R-E)?* De strategieën E-R en R-E zijn gelijkwaardig als het gaat om het herstellend vermogen van het vertrouwen in de Rechtspraak met de onderdelen bereikbaarheid, samenhangendheid en beloftevolbrenging. Er is hier geen sprake van een volgorde-effect. Wanneer er gekeken wordt naar de overtuigendheid van de toelichting van de persrechter, blijkt de strategie E-R beter te werken dan de strategie R-E.

Verklaringen van de conclusies op deelvragen a., b. en c. zullen verder besproken worden.

Er blijken geen significante verschillen te bestaan tussen de strategieën Emotioneel en Rationeel. De condities verschillen waarschijnlijk te weinig van elkaar. De stellingen die in de voorgaande vragenlijsten als negatief werden beoordeeld, zijn na het zien van de toelichting positief geworden. Men kan er dus

vanuit gaan dat de strategieën een positief effect hebben op de beoordeling. Aan de andere kant kan dit ontstaan zijn door een soort van scholingseffect of ontwikkelingseffect. De respondenten leren tijdens het zien van de videofragmenten en het invullen van de vragenlijsten. Wellicht wordt er bij de laatste vragenlijst meer begrepen wat de vragen inhouden en wat ze van de Rechtspraak vinden. Wanneer er gekeken wordt naar de afzonderlijke stellingen, zorgen beide strategieën wel voor een stijging bij de volgende onderdelen: *bereikbaarheid, samenhangendheid en beloftevolbrenging* en een daling bij de onderdelen *eerlijkheid en algemeen oordeel vertrouwen*. Ook om deze reden is er besloten om verder te gaan met items bereikbaarheid, samenhangendheid en beloftevolbrenging.

Er blijken ook geen significante verschillen te bestaan tussen de strategieën E-R en R-E als het gaat om het vertrouwen in de Rechtspraak. Wanneer er naar de afzonderlijke stellingen wordt gekeken zorgt de strategie E-R voor een stijging bij de onderdelen *samenhangendheid, beloftevolbrenging en openstaan voor signalen uit maatschappij* en een daling bij de onderdelen *eerlijkheid en integriteit*. De strategie R-E zorgt voor een stijging bij de onderdelen *bereikbaarheid, beloftevolbrenging en open staan voor signalen uit de maatschappij* en een daling bij het onderdeel *integriteit*. Wanneer er aan de respondenten werd gevraagd wat zij van de toelichting van de persrechter vonden kwamen over het algemeen de volgende reacties bij de strategie E-R: “*goede toelichting, niks op aan te merken*” en “*ik ben wel tevreden met deze toelichting*”. Bij de conditie R-E vonden de respondenten dat de persrechter alles kort en krachtig uitlegt. Ze vonden het goed en helder overkomen en waren er tevreden mee. Het blijkt dus dat beide strategieën goed overkwamen bij de respondenten. Wanneer er naar de gemiddeldes wordt gekeken blijken beide condities gelijkwaardig te zijn als het gaat om het herstellen van het vertrouwen in de Rechtspraak. De strategie E-R zorgt er voor dat de toelichting van de persrechter overtuigender wordt bevonden. Er kan dus gesteld worden dat de communicatiestrategie invloed heeft op de overtuigendheid van de toelichting van de persrechter, maar dat het beeld van de Rechtspraak stabiel is en het hersteleffect mager is.

Om meer inzicht te krijgen in de resultaten, is dieper ingegaan op de items van de vragenlijst. Het verschil tussen de Tussenmeting en de Nameting, na het zien van het reparatievideofragment van de persrechter, toont een daling bij de onderdelen *eerlijkheid, integriteit en algemeen oordeel vertrouwen*. Deze dalingen en stijgingen in de beoordeling zijn significant (zie bijlage 5, tabellen 2 en 3). Echter, dit was niet naar verwachting. Na een reparatie zou de beoordeling juist omhoog moeten gaan. Een verklaring hiervoor kan zijn dat er bij de vraagstelling van de items Integriteit en Algemeen oordeel vertrouwen sprake is van een meetfout. Bij Integriteit werden de volgende vragen gesteld: “De Rechtspraak vertelt altijd de waarheid” (V1) en “De Rechtspraak liegt niet tegen mij” (V2). Wellicht kan men niet met zekerheid zeggen dat de Rechtspraak altijd de waarheid vertelt, maar wel dat de Rechtspraak niet liegt. De stijging kan dus veroorzaakt worden door de vraagstelling. Hetzelfde geldt voor de vragen van Algemeen oordeel vertrouwen. De stellingen “Soms kan ik de Rechtspraak niet vertrouwen”(V1) en “Ik kan er van uitgaan dat de Rechtspraak betrouwbaar is” (V2) kunnen ook voor meetfouten zorgen. De stelling van vragenlijst 1 is omgeschaald. Men kan niet met zekerheid zeggen dat de Rechtspraak te vertrouwen is, maar ze kunnen er wel van uitgaan dat de Rechtspraak te vertrouwen is. Het is mogelijk dat bij dit onderdeel de

vraagstelling er voor heeft gezorgd dat de beoordeling positiever is na het zien van het rampvideofragment. Hetzelfde geldt voor de daling van de beoordeling na het zien van het reparatievideofragment. De manier van de vraagstelling kan voor deze dalingen hebben gezorgd.

Wanneer er gekeken wordt naar het verschil tussen de Voormeting en de Nameting, blijkt dat de ‘ramp’ plus de reparatie nog steeds schadelijke effecten oplevert. Bij de onderdelen *bekwaamheid, samenhangendheid, zorgvuldig met privacy omgaan, eerlijkheid, integriteit en beloftevolbrenging* daalt uiteindelijk de beoordeling. Deze dalingen in de beoordeling zijn significant (zie bijlage 5, tabel 4). Blijkbaar wordt het vertrouwen in de Rechtspraak niet helemaal hersteld na het zien van de toelichting van de persrechter. Een verklaring hiervoor kan zijn dat de perceptie van de Rechtspraak anders is dan de perceptie van de respondenten. Hiervoor wordt er terug gerefereerd naar Figuur 1 Kijkwijze op de Rechtspraak. De rechtbank denkt dat het imago zal dalen na de uitspraak van de rechter en wil deze repareren door middel van een strategie die door een persrechter wordt vertolkt in een reactie op de uitspraak (pijl 3). Het beeld dat de rechtbank heeft dat anderen over de rechtbank denken, hoeft niet hetzelfde te zijn als de werkelijkheid. Blijkbaar krijgen de respondenten niet te horen wat ze willen horen, en blijft het saldo negatief (pijl 4).

De items *eerlijkheid, integriteit en algemeen oordeel vertrouwen* stijgen door de ‘ramp’ en dalen door de reparatie. Dit is ook geheel tegen de verwachting in. Deze items voldoen niet aan de onderzoeksaanpak in Figuur 2. Een verklaring hiervoor kan zijn dat de respondenten na het zien van de ‘ramp’ meer vertrouwen krijgen. Ze vinden de uitspraak eerlijk, integer en het algemeen oordeel van het vertrouwen is ook goed. Maar zodra de rechtbank zich gaat beschermen en uit gaat leggen waarom deze uitspraak is gedaan, daalt de beoordeling. Blijkbaar pakt deze bescherming negatief uit voor de rechtbank en moet de rechtbank achter haar besluit staan. Er is geen uitleg nodig om de uitspraak beter te begrijpen of te accepteren, in ieder geval niet bij deze items. Voor de items waar verder mee is geanalyseerd, bereikbaarheid, samenhangendheid en beloftevolbrenging, voldoen de resultaten wel aan het onderzoeksaanpak in Figuur 2. Deze items dalen in de beoordeling na het zien van het rampvideofragment en stijgen na het zien van het reparatievideofragment.

d. Welke communicatiestrategie zorgt voor de beste reparatie van het vertrouwen in de Rechtspraak? De strategie R-E zorgt voor de beste reparatie na het zien van het rampvideofragment bij de items Bereikbaarheid en Beloftevolbrenging. De strategie Rationeel zorgt voor de beste reparatie bij het item Samenhangendheid.

Uit de analyses van het saldo (V3-V2) blijkt dat de strategie R-E bij meer items voor de beste stijging zorgt. Bij de items *bereikbaarheid en beloftevolbrenging* zorgt strategie R-E voor een betere reparatie dan de andere strategieën. Een verklaring hiervoor kan zijn dat beide elementen nodig zijn om tot een succesvolle reparatie te komen. Voor de *samenhangendheid* blijkt de Rationele strategie voor de beste reparatie te zorgen. Dit kan komen doordat in de Rationele strategie alleen feiten voorkomen en redenen waarom een besluit is genomen, dit komt de beoordeling van de samenhangendheid ten goede. Het emotionele argument gaat ten koste van het criterium van samenhang, dit beschadigd het criterium.

e. *Welke communicatiestrategie kan het beste gebruikt worden bij respondenten met een verschillende mate van rampgevoeligheid (Emotioneel/Rationeel ingesteld)?* Bij de respondenten die een hogere beoordeling geven op de items Bereikbaarheid, Samenhangendheid en Beloftevolbrenging na het zien van de ‘ramp’ (Rampeffect < 0, rationeel ingesteld), stijgt de beoordeling niet na het zien van een reparatiestrategie. Echter, de communicatiestrategieën Emotioneel en Rationeel zorgen voor de minste daling van het item Bereikbaarheid. Bij het items Samenhangendheid zijn het juist de strategieën E-R en R-E. Voor de beoordeling van de Beloftevolbrenging maakt het eigenlijk niet uit welke strategie gebruikt wordt, alleen strategie Emotioneel zorgt voor de minste stijging. Bij de respondenten die niet rampgevoelig waren (Rampeffect=0) en waar de beoordeling dus niet daalde of steeg, blijkt bij elke item een andere strategie voor de beste reparatie te zorgen. Voor de Bereikbaarheid is dit de strategie R-E, voor de Samenhangendheid is dit de strategie E-R en voor de Beloftevolbrenging is dit de strategie Emotioneel. Wanneer de respondenten wel rampgevoelig zijn (Rampeffect > 0, emotioneel ingesteld), daalt de beoordeling na het zien van de ramp. Uit de analyses blijkt dat ook bij deze groep voor elke item een ander strategie voor de beste reparatie zorgt. Bij de Bereikbaarheid is dit de strategie R-E, voor de Samenhangendheid is het de strategie Rationeel en voor de Beloftevolbrenging is het de strategie Emotioneel.

Het blijkt niet bij alle respondenten de beoordeling ging dalen na het zien van de ‘ramp’. De kernvraag die hier speelt is of het rampvideofragment wel echt een ramp was. Blijkbaar werd het niet door iedereen als een ramp ervaren. Een verklaring hiervoor kan zijn dat er in het fragment van de uitspraak een reparatie door de rechter werd weergegeven. De rechter zei namelijk al wat de redenen waren waarom de verdachten niet veroordeeld konden worden.

5.2 Beantwoording van de hoofdvraag

Welke communicatiestrategie kan het beste ingezet worden voor een herstel van het vertrouwen in de Rechtspraak, na een gebeurtenis waardoor het vertrouwen geschaad is? Concluderend kan gezegd worden dat elke situatie een andere communicatiestrategie vergt. De strategieën Emotioneel en Rationeel en de strategieën E-R en R-E zijn gelijkwaardig, als het gaat om het herstellend vertrouwen in de Rechtspraak op de onderdelen Bereikbaarheid, Samenhangendheid en Beloftevolbrenging. Wanneer er naar de overtuigendheid van de toelichting van de persrechter wordt gekeken, blijkt de Rationele strategie beter te zijn dan de Emotionele strategie en strategie E-R beter dan R-E. Maar het meest overtuigende strategie is strategie E-R.

In het algemeen is de strategie R-E de beste strategie, namelijk op twee van de drie items. Bij Rationeel ingestelde mensen, maakt het eigenlijk niet uit welke strategie wordt ingezet: geen strategie inzetten is een optie. Alle strategieën laten namelijk de beoordeling dalen. Wanneer de ‘ramp’ geen effect heeft gehad op de beoordeling van de items, blijkt wederom dat voor elk onderdeel een ander strategie voor de beste reparatie zorgt, namelijk R-E, E-R en Emotioneel. Bij de Emotioneel ingestelde mensen is dit ook het geval. Echter, hier zijn het de strategieën Rationeel, Emotioneel en R-E. Kortom: er kan geen

eenduidige conclusie getrokken worden. Voor elk onderdeel van het begrip vertrouwen zorgt een ander strategie voor de beste reparatie. Ook hangt het effect van de reparatiestrategie af van hoe de persoon is ingesteld (emotioneel/rationeel). De getrokken conclusie sluit ook aan bij de onderzoeksaanpak in Figuur 2.

Tabel 4.10 Beste strategie per situatie

	Beste strategie	Rampeffect < 0	Rampeffect=0	Rampeffect > 0
Overtuigendheid	E-R			
Bereikbaarheid	R-E	Geen strategie	R-E	R-E
Samenhangendheid	Rationeel	Geen strategie	E-R	Rationeel
Beloftevolbrenging	R-E	Geen strategie	Emotioneel	Emotioneel

5.3 Aanbevelingen

Op basis van de conclusies kunnen aanbevelingen worden gedaan. Persrechters geven in de huidige situatie alleen maar feiten en rationele argumenten om een vonnis toe te lichten. Uit de resultaten van dit onderzoek is gebleken dat dit vooral goed is voor de beoordeling van de Samenhangendheid. Verder is gebleken dat alleen emotionele argumenten en combinaties van rationele en emotionele argumenten ook de beoordeling over de Rechtspraak ten goede laten komen. Indien de Rechtspraak emotionele argumenten toelaat, kunnen positieve emotionele reacties het oordeel over het vonnis van de Rechtspraak beïnvloeden. De toelichting wordt dan overtuigender bevonden en de Rechtspraak zal beter beoordeeld worden. Geadviseerd wordt om emotionele argumentatie toe te laten in de Rechtspraak en om nader onderzoek te doen hoe dit geïmplementeerd kan worden.

6. Discussie

Dit onderzoek is verricht om antwoord te kunnen geven op de vraag: welke communicatiestrategie kan het beste ingezet worden voor een herstel van het vertrouwen in de Rechtspraak, na een gebeurtenis waardoor het vertrouwen geschaad is? Deze vraag is onderzocht voor incidentele gevallen waar het vertrouwen in de Rechtspraak kan gaan dalen na een uitspraak van een rechtbank die niet voldoet aan het rechtvaardigheidsgevoel. Identiteit en imago spelen een belangrijke rol bij het hebben van vertrouwen in de Rechtspraak. Zoals in Figuur 1 Kijkwijze op de Rechtspraak beschreven staat, kan er op vier verschillende manieren naar de organisatie gekeken worden. De identiteit van de Rechtspraak (pijl 1, Figuur 1) wordt onder andere weergegeven als een onafhankelijke buitenstaander die uitspraken doet die bindend zijn voor de partijen die bij de rechtbank voorkomen (De Rechtspraak, 2010). Bij de identiteit blijkt dat persrechters alleen op een rationele manier toelichting mogen geven over een vonnis, er mogen alleen feiten en rationele argumenten worden gebruikt. Uit de resultaten van dit onderzoek is gebleken dat onder andere een combinatie van rationele en emotionele argumenten (de strategie R-E) voor een beter herstel van de beoordeling van onderdelen van het begrip vertrouwen in de Rechtspraak zal zorgen. Tevens blijkt dat de strategie E-R de meest overtuigende strategie is. De resultaten voldoen ook aan de uitkomsten van het onderzoek van Murphy & Tyler (2008). Uit hun onderzoek was namelijk gebleken dat positieve en negatieve emotionele reacties op (on)rechtvaardigheidsgevoel, voorspellen wie wel en wie niet de besluiten en regels van autoriteiten naleven. Indien de Rechtspraak emotionele argumenten toelaat, kunnen positieve emotionele reacties het oordeel over het vonnis van de Rechtspraak beïnvloeden.

De corporate identity (pijl 2, Figuur 1) laat zien wat de Rechtspraak wil dat anderen over de organisatie denken. En pijl 3 laat zien wat de Rechtspraak denkt dan anderen over de organisatie denken. In de casus van de moord op Diego Hardeman laat de Rechtspraak tekenen zien dat ze enige verwachting heeft over wat anderen over de Rechtspraak denken (de perceived external prestige, pijl 3). De rechtbank geeft namelijk weer dat het vonnis verontwaardiging en onbegrip kan oproepen. In een vervolgstudie zou onderzocht kunnen worden of het beeld van de Rechtspraak overeen komt met het beeld van de maatschappij over specifieke gebeurtenissen en of van tevoren aandacht zou moeten worden besteed in een vonnis. In deze casus is het imago (pijl 4) van de Rechtspraak volgens de respondenten uiteenlopend. De verklaring hiervoor is de mate van rampgevoeligheid. De resultaten van dit onderzoek geven weer dat er op verschillende manieren naar een organisatie gekeken kan worden. Wanneer de Rechtspraak een strategie wil inzetten, zal er dus van tevoren bekeken moeten worden voor welke doelgroep van rampgevoeligheid de boodschap bestemd is.

In de literatuur zijn verschillende communicatiestrategieën gevonden. Een communicatiestrategie in de vorm van informatie en feiten die ingaan op de inhoud van een specifieke gebeurtenis (Adviescommissie Gebiedsontwikkeling, 2005; Dekker et al., 2004), kan geformuleerd worden als een Rationele strategie. Brinson & Benoit (1999b) stellen dat een organisatie zich kan verdedigen in specifieke gebeurtenissen door deemoedig op te treden. Deze communicatiestrategie is geformuleerd als Emotioneel. De getoetste communicatiestrategieën zijn Emotioneel, Rationeel, Emotioneel – Rationeel en Rationeel – Emotioneel. Als onderzoeksmethode is gebruik gemaakt van een Paired Samples T-Test en One-Way

ANOVA met Post Hoc Bonferroni om te analyseren de strategieën significant van elkaar afwijken als het gaat om hun effect op het Ramp- of Reparatie-effect. De resultaten van de uitgevoerde analyses geven weer dat elke situatie een andere communicatiestrategie vergt. De strategieën Emotioneel en Rationeel en de strategieën E-R en R-E zijn gelijkwaardig, als het gaat om het repareren van de beoordeling van de onderdelen van het begrip vertrouwen in de Rechtspraak. Wanneer er naar de overtuigendheid van de toelichting van de persrechter wordt gekeken, blijkt de Rationele strategie beter te zijn dan de Emotionele strategie en strategie E-R beter dan R-E. Maar het meest overtuigende strategie is strategie E-R. Echter, er kan geen eenduidige conclusie getrokken worden welke strategie voor de beste reparatie zorgt. Voor elk onderdeel van het begrip vertrouwen zorgt een ander strategie voor de beste reparatie. Ook hangt het effect van de reparatiestrategie af van hoe de persoon is ingesteld (emotioneel/rationeel). Bij het interpreteren van de resultaten zal rekening gehouden moeten worden met een aantal tekortkomingen in dit onderzoek. De resultaten van dit onderzoek zijn generaliseerbaar voor de specifieke groep van middelbare scholieren van 4 en 5 HAVO- en 4 VWO-klassen. Veel resultaten zijn niet significant. Om deze reden kan er niet met zekerheid gesteld worden dat het imago of het vertrouwen versterkt kan worden door middel van deze communicatiestrategieën. Met meer respondenten, een heftigere casus of beter gespeelde communicatiestrategieën zouden meer significante resultaten verkregen kunnen worden.

Tekortkomingen in het onderzoek

Het onderzoek is in klassikaal verband uitgevoerd. Hierbij kan het risico gelopen worden dat de respondenten zich hebben laten beïnvloeden door reacties en geluiden van medeleerlingen. Het is mogelijk dat de respondenten anders reageren wanneer het onderzoek experimenteel in een laboratorium zou worden uitgevoerd, waar externe variabelen uitgesloten kunnen worden.

De gebruikte vragenlijsten in het onderzoek bevatte algemene stellingen over de Rechtspraak. Doordat de stellingen vooral algemeen waren geformuleerd over het beeld van de Rechtspraak, kan het zijn dat er weinig verschillen te zien zijn tussen de strategieën. Blijkbaar is het beeld wat men van de Rechtspraak heeft stabiel en veranderd het niet veel door een individueel gebeurtenis. Wellicht dat er andere, betere en meer resultaten ontstaan, indien vragen specifiek ingaan op de casus van de 'ramp' of een andere vragenlijst wordt gebruikt.

De vragen die de mate van emotionaliteit en rationaliteit van een persoon zouden moeten meten blijken geen goede vragen te zijn om de mate van rampgevoeligheid te meten en hiermee de mate waarin een persoon rationeel of emotioneel is ingesteld. In een vervolgonderzoek zou een andere schaal voor betere resultaten moeten zorgen.

Een aantal items correleren slecht met de totaalcorrelatie. Een verklaring hiervoor kan zijn dat de vragen wellicht anders geïnterpreteerd worden voor de 'ramp', na de 'ramp' en na de reparatie. Een andere reden kan zijn dat de respondenten 'leren' tijdens het kijken naar de videofragmenten en het invullen van de vragenlijst, waardoor er uiteindelijk wel een goede samenhang bestaat tussen alle items. Wellicht zijn de respondenten beïnvloed door het eerder hebben gezien van de ramp en de vragen in de voorgaande vragenlijsten.

De respondenten waren tussen de 14 en 19 jaar en zaten in de klassen 4 HAVO, 5 HAVO en 4 VWO. Indien dit onderzoek bij een andere doelgroep was uitgevoerd, zou het kunnen zijn dat er andere resultaten uit dit onderzoek waren voortgekomen. Echter, het doel van dit onderzoek was het aantonen van mogelijke effecten van communicatiestrategieën. Dat is gelukt. Om dit onderzoek te kunnen generaliseren naar de Nederlandse samenleving, wordt geadviseerd een onderzoek te verrichten met een steekproef die een afspiegeling is van de Nederlandse samenleving.

De communicatiestrategieën die gebruikt zijn in dit onderzoek verschillen in kleine mate van elkaar, tekstueel en non-verbaal. Het kan zijn dat de verschillen te minimaal waren. De communicatiestrategieën pretesten zou ervoor kunnen hebben gezorgd dat er aanpassingen werden gedaan om de strategieën sterker te maken en om te kijken of de strategieën uitdrukken wat ze moeten uitdrukken. Om meer significante verschillen te verkrijgen, zouden er communicatiestrategieën gekozen moeten worden die meer van elkaar verschillen en de verschillen duidelijk zichtbaar te maken door meer gebruik te maken van non-verbale communicatie, bijvoorbeeld de uitingen scherper maken. Wellicht dat een andere casus ook voor andere resultaten kan zorgen. In de casus van Diego Hardman had de rechtbank al een soort van reparatie in de uitspraak verwerkt. Een andere casus waar geen reparatie in zit kan duidelijkere resultaten opleveren.

Implicaties voor vervolgonderzoek

Uit de analyses is gebleken dat er respondenten zijn die meer vertrouwen krijgen na het zien van de uitspraak over de moord op Diego Hardeman. Bij deze groep daalt het vertrouwen na het zien van de reparatie van de persrechter. Een belangrijke vraag die hier gesteld kan worden is of het gebruik van een communicatiestrategie om het vertrouwen te repareren ingezet moet worden? Een vervolgonderzoek hiernaar is van belang voor de Rechtspraak.

Dit onderzoek is specifiek ingegaan op een bepaalde casus die zicht afspeelt bij de Rechtspraak. De resultaten van dit onderzoek kunnen ook interessant zijn voor andere organisaties die het vertrouwen moeten repareren na een ramp. Voor een vervolgonderzoek is het ook interessant om te bekijken of er culturele verschillen bestaan in het herstellen van het vertrouwen in de Rechtspraak.

Tevens is het interessant om te onderzoeken of strategieën met andere onderdelen effect kunnen hebben op het vertrouwen in organisaties. Voorbeelden hiervan kunnen zijn: de hoeveelheid van rationele- en emotionele argumentatie en de lengte of de sterkte van de argumentatie. Kortom, veel vervolgonderzoek is gewenst om de werking van communicatiestrategieën in kaart te brengen.

Referenties

- Adviescommissie Gebiedsontwikkeling (2005). Observaties en aanbevelingen van de Adviescommissie Gebiedsontwikkeling over het project Wieringerrandmeer Noord-Holland. Retrieved on 1 June 2009 from website: www.wweni.nl/get.asp?file=docs/ruimte/Advies_Wieringerrandmeer_maart05.pdf.
- Alshebil, S.A. (2007). Consumer perceptions of rebranding: The case of logo changes. Presented to the Faculty of the Graduate School of The University of Texas at Arlington in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of DOCTOR OF PHILOSOPHY THE UNIVERSITY OF TEXAS AT ARLINGTON.
- Birkigt, K., & Stadler, M.M., (1986). *Corporate identity. Grundlagen, funktionen, fallbeispiele*. [Corporate identity. Foundation, functions, case descriptions]. Landsberg am Lech: Verlag Moderne Industrie.
- Brinson, S.L., & Benoit, W.L. (1999a). De bezoedelde ster: het herstel van het beschadigde imago van Texaco. *Tijdschrift voor Strategische Bedrijfscommunicatie*, 5(3), 74 – 92.
- Brinson, S.L., & Benoit, W.L. (1999b). The Tarnished Star: Restoring Texaco's Damaged Public Image. *Management Communication Quarterly*, 12(4), 483 – 510.
- Brown, T.J., Dacin, P.A., Pratt, M.G., & Whetten, D.A. (2006). Identity, Intended Image, Construed Image, and Reputation: An Interdisciplinary Framework and Suggested Terminology. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34(2), 99-106.
- Butler, J.K. (1991). Toward understanding and measuring conditions of trust: evolution of a conditions of trust inventory. *Journal of Management*, 17(3), 643 - 663.
- Campbell, D.T., & Stanley, J.C. (1963). *Experimental and quasi-experimental designs for research*. Boston: Houghton mifflin company.
- CBS (2009). *Bevolking; kerncijfers naar diverse kenmerken*. Retrieved on 23 November 2009, from Website: <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=37296ned&D1=a&D2=0,10,20,30,40,50,%28l-1%29-l&HD=091123-1341&HDR=G1&STB=T>.
- Cho, C.H. (1999). How advertising works on the WWW: modified elaboration likelihood model.
- Cook, T.E., & Gronke, P. (2001). *The Dimensions of Institutional Trust: How Distinct is Public Confidence in the Media?* Paper for the Annual Meeting of the Midwest Political Science Association, Chicago, IL.
- Corel, H. de, & Fauconnier, G. (1972). Rationaliteit, emotionaleiteit en irrationaliteit in de reclame. In: *Massacommunicatie*, 1(1), 102-114.
- Cummings, L. L., & Bromiley, P. (1996). The Organizational Trust Inventory (OTI): Development and validation. In R. Kramer, & T. Tyler (Eds.), *Trust in organizations* (pp. 302–330). Thousand Oaks, CA: Sage. Retrieved on 29 October 2009 from website: <http://books.google.nl/>.
- Dekker, P.B, Maas-de Waal, C.J., & Meer, T.W.G. van der (2004). *Vertrouwen in de Rechtspraak; theoretische en empirische verkenningen voor een monitor (werkdokument 102)*. Den Haag: Sociaal en cultureel Planbureau.

- Dekker, P.B., & Meer, T.W.G. van der (2007). *Vertrouwen in de Rechtspraak nader onderzocht*. Den Haag: Sociaal en cultureel Planbureau.
- De Martino, B., Kumaran, D., Seymour, B., & Dolan, R.J. (2006). Frames, Biases, and Rational Decision-Making in the Human Brain. *Science*, 313, 684 – 687.
- Denes-Raj, V., & Epstein, S. (1994). Conflict Between Intuitive and Rational Processing: When People Behave Against Their Better Judgment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66(5), 819-829.
- Fang, Y.H., & Chiu, C.M. (2010). In justice we trust: Exploring knowledge-sharing continuance intentions in virtual communities of practice. *Computers in Human Behavior*, 26, 235–246.
- Garnefski, N., Koopman, H., Kraaij, V., & Ten Cate, R. (2009). Brief report: Cognitive emotion regulation strategies and psychological adjustment in adolescents with a chronic disease. *Journal of Adolescence*, 32, 449 – 454.
- Garnefski, N., & Kraaij, V. (2007). The Cognitive Emotion Regulation Questionnaire. Psychometric Features and Prospective Relationships with Depression and Anxiety in Adults. *European Journal of Psychological Assessment*, 23(3), 141–149.
- Gemert, L. van, & Woudstra, E. (2005). *Become a communication expert*. The consultant's communication problem approach (CCPA): a tool for diagnosing strategic organizational communication problems, based on the Twente Organizational Communication Model (TOCOM). Wierden.
- Genna, G.M. (2009). Positive country images, trust and public support for European integration. *Comparative European Politics*, 7(2), 213–232.
- Hyves.nl (2008). *We zullen je nooit vergeten lief sterrekindje*. Retrieved on 14 May 2009 from website: <http://www.hierkloptniksvan.hyves.nl/>.
- Kramer, R.M. (1999). Trust and Distrust in Organizations: Emerging Perspectives, Enduring Questions. *Annual Review of Psychology*, 50, 569-598.
- Lyons, J., Stokes, C., Garcia, D., Adams, J., & Ames, D. (2009). Trust and Decision-Making: An Empirical Platform (CCP 204). *IEEE A&E Magazine*, 24(10), 36 – 41.
- Meer, T.W.G. van der (2004). Vertrouwen in de Rechtspraak: empirische bevindingen. In: *Rechtstreeks*, 2004-nr 1.
- Melewar, T.C., & Saunders, J. (2000). Global corporate visual identity systems: using an extended marketing mix. *European Journal of Marketing*, 34(5/6), 538 - 550.
- Mitchell, R.K., Agle, B.R. & Wood, D.J. (1997). Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts. *The Academy of Management Review*, 22(4), 853-886.
- Morell, K. (2004). Decision Making and Business Ethics: The Implications of Using Image Theory in Preference to Rational Choice. *Journal of Business Ethics*, 50, 239–252.
- Morgan, R.M., & Hunt, S.D. (1994). The Commitment-Trust Theory of relationship marketing. *Journal of marketing*, 58, 20-38.
- Murphy, K., & Tyler, T. (2008). Procedural justice and compliance behaviour: the mediating role of emotions. *European Journal of Social Psychology*, 38, 652–668.

- Noordegraaf, M. (2005). Besluiten over besluitvorming. Van besluitvormingstheorie, via management van 'stakeholders' naar besluitvorming over huisvesting. Utrecht, Inleiding, IWR expertmeeting, TU Delft. Retrieved on 18 June 2009, from website: http://www.cfpb.nl/fileadmin/cfpb/images/publicaties/artikelen/BESLUITEN_OVER_BESLUITVORMING1.pdf.
- Petty, R.E., McMichael, S., & Brannon, L.A. (1992). The Elaboration Likelihood Model of Persuasion: Application in recreation and tourism. In: Manfredi, M. J. (Ed.) (1992). *Influencing Human Behavior: Theory and applications in recreation, tourism, and natural resources management*. Champaign, IL: Sagamore Publishing.
- Pfister, H.R., & Böhm, G. (2008). The multiplicity of emotions: A framework of emotional functions in decision making. *Judgment and Decision Making*, 3(1), 5–17.
- Qrius (2006). *Kennisniveau en beeldvorming Rechtspraak. Hoe kijken jongeren aan tegen de Rechtspraak en wat weten zij ervan?* Retrieved on 2 March 2010 from website: www.Rechtspraak.nl.
- Rechtspraak, de (2007). *Agenda van de Rechtspraak 2008-2011*. Spinhex & Industrie; Amsterdam.
- Rechtspraak, de (2008). *Verdachten vrijgesproken van betrokkenheid dood Diego*. Retrieved on 24 June 2009 from website: <http://www.Rechtspraak.nl>. Opzoekbaar via 'zoeken in actualiteiten'.
- Rechtspraak, de (2010). *Wat is Rechtspraak?*. Retrieved on 4 February 2010 from website: <http://www.Rechtspraak.nl>.
- Rekom, J. van (1997). Deriving an operational measure of corporate identity. *European Journal of Marketing*, 31(5/6), 410 - 422.
- Roger, D., Jarvis, G., & Najarian, B. (1993). Detachment and coping: The construction and validation of a new scale for measuring coping strategies, *Personality and Individual Differences*, 15(6), 619–626.
- RTV Oost (2008). *Vrijspraak pentermoord*. Retrieved on 24 March 2009 from website: <http://www.rtvooost.nl/nieuws/Default.aspx?nid=90309>.
- Seydel, E.R. (1991). *Communicatiestrategieën en onderzoek*. In: Overtuigen en activeren: Publieksbeïnvloeding in theorie en praktijk (2e herziene druk). Van Gorcum, Assen, pp. 50-81.
- Tc Tubantia (2008). *Vrijspraak verdachten zaak-Diego*. Retrieved on 14 May 2009 from website: <http://www.tctubantia.nl/regio/enschede/dossierdiegohardeman/article4068634.ece>.
- Tschannen-Moran, M., & Hoy, W.K. (2000). A Multidisciplinary Analysis of the Nature, Meaning, and Measurement of Trust. *Review of Educational Research*, 70(4), 547-593.
- Vidotto, G., Vicentini, M., Argentero, P., & Bromiley, P. (2008). Assessment of Organizational Trust: Italian Adaptation and Factorial Validity of the Organizational Trust Inventory. *Social Indicators Research*, 88, 563 – 575.
- Weinberger, M. G., & Gulas, C. S. (1992). The impact of humor in advertising: a review. *Journal of Advertising*, 21(4), 35-59.



de Rechtspraak

Hieronder vind je een aantal stellingen die jouw gevoel over de Rechtspraak beschrijven. Houd de Rechtspraak in gedachten als je antwoord geeft op deze stellingen. Alle antwoorden moeten over dezelfde gedachte van de Rechtspraak gaan. Omcirkel bij elke stelling welk antwoord het beste jouw gevoel omschrijft. Er zijn geen goede of foute antwoorden. Het gaat hier om jouw mening en gevoel over de Rechtspraak, dit is **geen** kennistoets.

Geslacht: M/V

Leeftijd: _____

Locatie: Bruggertstraat/ Geessinkweg/ Van der Waalslaan

Klas: 4 HAVO/5 HAVO/4VWO

Hoe lang woon je in Nederland? _____

Vragenlijst 1

	Helemaal oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Helemaal eens
De Rechtspraak is er wanneer ik haar nodig heb	1	2	3	4	5
De Rechtspraak is deskundig	1	2	3	4	5
De Rechtspraak werkt systematisch	1	2	3	4	5
De Rechtspraak houdt vertrouwelijke dingen geheim	1	2	3	4	5
De Rechtspraak behandelt mij eerlijk	1	2	3	4	5
De Rechtspraak vertelt altijd de waarheid	1	2	3	4	5
De Rechtspraak zegt regelmatig wat er aan de hand is	1	2	3	4	5
Soms kan ik de Rechtspraak <u>niet</u> vertrouwen	1	2	3	4	5
De Rechtspraak komt haar beloften na	1	2	3	4	5
De Rechtspraak neemt gemakkelijk ideeën uit de maatschappij aan	1	2	3	4	5

Hoe erg vind jij deze uitspraak?

Helemaal niet erg	Niet erg	Normaal	Erg	Heel erg
1	2	3	4	5

Vragenlijst 2	Helemaal oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Helemaal eens
Ik vind het moeilijk om met de Rechtspraak in contact te komen als ik haar nodig heb	1	2	3	4	5
De Rechtspraak voert haar vaardigheden goed uit	1	2	3	4	5
De Rechtspraak handelt in soortgelijke situaties hetzelfde	1	2	3	4	5
Als ik de Rechtspraak vertrouwelijke informatie geef, houdt ze dat vertrouwelijk	1	2	3	4	5
De Rechtspraak behandelt anderen beter dan dat ze mij behandelt	1	2	3	4	5
De Rechtspraak liegt <u>niet</u> tegen mij	1	2	3	4	5
De Rechtspraak vertelt open wat er aan de hand is	1	2	3	4	5
Ik kan er van uitgaan dat de Rechtspraak betrouwbaar is	1	2	3	4	5
Sommige beloften kan de Rechtspraak niet nakomen	1	2	3	4	5
De Rechtspraak luistert echt naar de maatschappij	1	2	3	4	5

Hoe overtuigend vind jij deze toelichting?

Helemaal niet overtuigend	Niet overtuigend	Normaal	Overtuigend	Heel erg Overtuigend
1	2	3	4	5

Vragenlijst 3

	Helemaal oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Helemaal eens
De Rechtspraak is beschikbaar wanneer ik haar nodig heb	1	2	3	4	5
De Rechtspraak handelt haar zaken op een doeltreffende manier af	1	2	3	4	5
De Rechtspraak gedraagt zich op een consequente manier	1	2	3	4	5
De Rechtspraak vertelt anderen <u>geen</u> dingen, als ik haar vraag het geheim te houden	1	2	3	4	5
De Rechtspraak behandelt alle mensen hetzelfde	1	2	3	4	5
De Rechtspraak doet nooit oneerlijke dingen	1	2	3	4	5
De Rechtspraak geeft eerlijk aan hoe ze over dingen denkt	1	2	3	4	5
Ik vind dat de Rechtspraak te vertrouwen is	1	2	3	4	5
Als de Rechtspraak mij iets belooft, dan houdt ze zich daar aan	1	2	3	4	5
De Rechtspraak doet moeite om te luisteren naar wat de maatschappij te zeggen heeft	1	2	3	4	5

Welke krant lees je?

- a. Trouw
- b. Tubantia
- c. Volkskrant
- d. NRC Handelsblad
- e. Ik lees geen krant

Naar welke programma kijk je het meest?

- a. NOS Journaal
- b. Hart van Nederland
- c. RTL Nieuws
- d. Discussieprogramma's

Door welke programma word jij het meest beïnvloed?

- a. NOS Journaal
- b. Hart van Nederland
- c. RTL Nieuws
- d. Discussieprogramma's

Wat spreekt jou het meest aan in nieuwsprogramma's?

- a. Emoties die opgeroepen worden
- b. Feitelijkheid/ complete feiten
- c. Nauwkeurigheid/precisie van berichtgeving
- d. De maatschappelijke consequentie
- e. Anders, namelijk.....

Hoeveel vertrouwen hebben jou ouders in de Rechtspraak?

Heel weinig	Weinig	Normaal	Veel	Heel veel
1	2	3	4	5

Bijlage 2 – Vragenlijst pretest

Wanneer mensen of bedrijven het oneens met elkaar zijn of wanneer iemand een conflict niet kan oplossen met de tegenpartij, kan men naar de rechter gaan. De rechter treedt dan op als onafhankelijke buitenstaander. De beslissing van de rechter is een bindende uitspraak waar beide partijen zich aan moeten houden.

Als er een strafbaar feit is gepleegd, treedt de rechter ook op. Het Openbaar Ministerie vraagt in dit geval de rechter om een uitspraak te doen. De volgende vragen worden dan beantwoord: is de verdachte schuldig of niet en welke straf is passend als de verdachte schuldig is?

De rechter treedt dus op als een onafhankelijke buitenstaander, maar de rechter moet zicht wel houden aan de Grondwet en andere wetten, eerdere uitspraken (jurisprudentie), internationale verdragen, gewoonten en gebruiken. Dit alles samen wordt de **Rechtspraak** genoemd.

Hieronder vind je een aantal stellingen die jouw gevoel over de Rechtspraak beschrijven. Houd de Rechtspraak in gedachten als je antwoord geeft op deze stellingen. Alle antwoorden moeten over dezelfde gedachte van de Rechtspraak gaan. Omcirkel bij elke stelling welk antwoord het beste jouw gevoel omschrijft. **Als je de vraag niet snapt, omcirkel dan het vraagteken.**

Geslacht: M/V
Leeftijd: _____
Klas: 4 HAVO/5 HAVO
Hoe lang woon je in Nederland? _____

	Helemaal oneens	Oneens	Neutraal	Eens	Helemaal eens	Snap niet
De Rechtspraak is er wanneer ik haar nodig heb	1	2	3	4	5	?
Ik vind het moeilijk om met de Rechtspraak in contact te komen als ik haar nodig heb	1	2	3	4	5	?
De Rechtspraak is beschikbaar wanneer ik haar nodig heb	1	2	3	4	5	?
De Rechtspraak is deskundig	1	2	3	4	5	?

De Rechtspraak voert haar taken met vaardigheden uit	1	2	3	4	5	?
De Rechtspraak handelt haar zaken op een geschikte manier af	1	2	3	4	5	?
De Rechtspraak werkt systematisch	1	2	3	4	5	?
De Rechtspraak handelt in soortgelijke situaties hetzelfde	1	2	3	4	5	?
De Rechtspraak gedraagt zich op een consequente manier	1	2	3	4	5	?
De Rechtspraak houdt vertrouwelijke dingen geheim	1	2	3	4	5	?
Als ik de Rechtspraak vertrouwelijke informatie geef, houdt ze dat vertrouwelijk	1	2	3	4	5	?
De Rechtspraak vertelt anderen <u>geen</u> dingen, als ik haar vraag het geheim te houden	1	2	3	4	5	?
De Rechtspraak behandelt mij eerlijk	1	2	3	4	5	?
De Rechtspraak behandelt anderen beter dan dat ze mij behandelt	1	2	3	4	5	?
De Rechtspraak behandelt mij altijd rechtvaardig	1	2	3	4	5	?
De Rechtspraak behandelt alle mensen hetzelfde	1	2	3	4	5	?
De Rechtspraak vertelt altijd de waarheid	1	2	3	4	5	?
De Rechtspraak liegt <u>niet</u> tegen mij	1	2	3	4	5	?
De Rechtspraak doet nooit oneerlijke dingen	1	2	3	4	5	?

De Rechtspraak zegt regelmatig wat er aan de hand is	1	2	3	4	5	?
De Rechtspraak vertelt open wat er aan de hand is	1	2	3	4	5	?
De Rechtspraak geeft eerlijk aan hoe ze over dingen denkt	1	2	3	4	5	?
Soms kan ik de Rechtspraak <u>niet</u> vertrouwen	1	2	3	4	5	?
Ik kan er van uitgaan dat de Rechtspraak betrouwbaar is	1	2	3	4	5	?
Ik vind dat de Rechtspraak te vertrouwen is	1	2	3	4	5	?
Ik vertrouw de Rechtspraak	1	2	3	4	5	?
De Rechtspraak komt haar beloften na	1	2	3	4	5	?
Sommige beloften kan de Rechtspraak niet nakomen	1	2	3	4	5	?
Als de Rechtspraak mij iets belooft, dat houdt ze zich daar aan	1	2	3	4	5	?
De Rechtspraak neemt gemakkelijk ideeën uit de maatschappij aan	1	2	3	4	5	?
De Rechtspraak luistert echt naar de maatschappij	1	2	3	4	5	?
De Rechtspraak hoort niet te luisteren naar wat de maatschappij zegt	1	2	3	4	5	?
De Rechtspraak doet moeite om te luisteren naar wat de maatschappij te zeggen heeft	1	2	3	4	5	?

Bijlage 3 – Introductietekst

Dag allemaal. Ik ben Nahrin Kara en ik ben hier vandaag om bij jullie in de klas een onderzoek uit te voeren voor mijn afstuderen. Jullie krijgen dadelijk twee videofragmenten te zien. Vóór het eerste videofragment moeten jullie een vragenlijst invullen en na elke videofragment één. Het onderzoek gaat over het vertrouwen in de Rechtspraak en ik wil graag van jullie weten wat jullie van de Rechtspraak vinden.

Jullie hebben een stapel pagina's voor jullie. Het is de bedoeling dat jullie de pagina's pas omslaan, nadat ik dat heb gezegd. De vragenlijst bestaat uit een aantal stellingen over de Rechtspraak. Jullie moeten aangeven in hoeverre jullie het eens zijn met deze stellingen. Het gaat om jullie mening, jullie gevoel over de Rechtspraak. Er zijn geen goed of fout vragen, het is geen kennistoets. Jouw eigen mening is belangrijk. Je hoeft dus niet in contact te zijn geweest met de Rechtspraak om deze vragen te kunnen beantwoorden.

Zouden jullie nu de pagina willen omslaan en vragenlijst 1 willen invullen, vergeet hierbij niet jullie geslacht, leeftijd, klas en locatie te noteren.

(Leerlingen vullen vragenlijst 1 in)

Nu krijgen jullie een videofragment te zien over een uitspraak van een rechtszaak die in Almelo is behandeld. Het filmpje is van RTV Oost en het gaat over twee verdachten, een vrouw en haar partner. Er is een kind om het leven gekomen en de moeder en haar partner worden verdacht van moord. De uitspraak van deze rechtszaak krijgen jullie nu te zien.

(Leerlingen krijgen videofragment van RTV Oost te zien)

Zouden jullie de pagina nu om willen slaan en vragenlijst 2 gaan invullen? Vergeet de vraag boven de tabel niet in te vullen.

(Leerlingen vullen vragenlijst 2 in)

Jullie krijgen nu een reactie van een persrechter te zien. Een persrechter is een rechter die antwoord geeft wanneer de pers, bijvoorbeeld journalisten, een vraag hebben over een zaak die behandeld is bij de rechtbank. Deze rechter is niet een rechter die de zaak heeft behandeld, maar een rechter die er buiten staat.

(Leerlingen krijgen de reactie van de persrechter te zien)

Zouden jullie de pagina nu om willen slaan en vragenlijst 3 gaan invullen? Vergeet wederom niet de vraag boven het tabel in te vullen. Na deze vragenlijst mogen jullie ook de vragen op de laatste pagina invullen.

(Leerlingen vullen vragenlijst 3 en de laatste pagina in)

Ik wil jullie bedanken dat jullie aan mijn onderzoek hebben meegedaan. Heeft er iemand nog vragen?

(Hierna was er tijd voor een discussie)

Wat vinden jullie nou van zo'n uitspraak, waar zeker is dat één van de verdachten iemand heeft vermoord, maar waar ze niet kunnen bewijzen wie van de twee, of beiden, het gedaan heeft en ze dus beiden worden vrijgesproken?

Wat vinden jullie van de reactie van de persrechter?

Bijlage 4 – Algemene gegevens

Tabel 1 Algemene gegevens

	Categorie	Emotioneel	Rationeel	Emotioneel - Rationeel	Rationeel - Emotioneel	Totaal (%)
Geslacht	Man	32	22	31	29	114 (47.5%)
	Vrouw	38	23	27	38	126 (52.5%)
<i>Totaal</i>		<i>70</i>	<i>45</i>	<i>58</i>	<i>67</i>	<i>240 (100%)</i>
Leeftijd	14	1	1	2	2	6 (2.5%)
	15	41	15	21	29	106 (44.2%)
	16	12	21	26	18	77 (32.1 %)
	17	13	8	8	13	42 (17.5 %)
	18	2	0	1	5	8 (3.3%)
	19	1	0	0	0	1 (0.4%)
<i>Totaal</i>		<i>70</i>	<i>45</i>	<i>58</i>	<i>67</i>	<i>240 (100%)</i>
Opleiding	4 HAVO	21	21	15	27	84 (35.0%)
	5 HAVO	19	24	20	21	84 (35.0%)
	4 VWO	30	0	23	19	72 (30.0%)
<i>Totaal</i>		<i>70</i>	<i>45</i>	<i>58</i>	<i>67</i>	<i>240 (100%)</i>
Locatie	Bruggertstraat	19	0	43	40	102 (42.5%)
	Geessinkweg	0	24	0	27	51 (21.3%)
	Waalslaan	51	21	15	0	87 (36.3%)
<i>Totaal</i>		<i>70</i>	<i>45</i>	<i>58</i>	<i>67</i>	<i>240 (100%)</i>

Bijlage 5 – Beoordeling van de vragenlijsten per stelling en Paired Samples T-Test

Tabel 2 Significantietoets per item met verschil tussen V1 en V2

	Item	Gem (SD) V1	Gem (SD) V2	Sig. (2-tailed)	Test resultaten
1	Bereikbaarheid	3.54 (0.77)	3.13 (0.71)	0.000*	t=6.464, df=239
2	Bekwaamheid	3.89 (0.71)	3.39 (0.71)	0.000*	t=8.951, df=239
3	Samenhangend	3.86 (0.76)	3.29 (0.93)	0.000*	t=7.573, df=239
4	Zorgvuldig met privacy omgaan	3.77 (0.94)	3.59 (0.84)	0.003*	t=3.030, df=239
5	Eerlijkheid	3.81 (0.81)	3.85 (0.84)	0.527	t=-0.634, df=239
6	Integriteit	3.00 (0.95)	3.50 (0.85)	0.000*	t=-6.801, df=239
7	Open uiten	3.44 (0.76)	3.53 (0.90)	0.169	t=-1.378, df=239
8	Algemeen oordeel vertrouwen	2.96 (0.87)	3.65 (0.84)	0.000*	t=-10.760, df=239
9	Beloftevolbrenging	3.49 (0.71)	2.59 (0.83)	0.000*	t=13.347, df=239
10	Open staan voor signalen uit maatschappij	2.88 (0.75)	2.96 (0.76)	0.178	t=-1.351, df=239

* Significant bij $p \leq 0.05$

Tabel 3 Significantietoets per item met verschil tussen V2 en V3

	Item	Gem (SD) V2	Gem (SD) V3	Sig. (2-tailed)	Test resultaten
1	Bereikbaarheid	3.13 (0.71)	3.45 (0.72)	0.000*	t=-5.479, df=239
2	Bekwaamheid	3.39 (0.71)	3.40 (0.79)	0.810	t=-0.240, df=239
3	Samenhangend	3.29 (0.93)	3.64 (0.75)	0.000*	t=-5.338, df=239
4	Zorgvuldig met privacy omgaan	3.59 (0.84)	3.53 (0.86)	0.318	t=1.000, df=239
5	Eerlijkheid	3.85 (0.80)	3.54 (0.98)	0.000*	t=4.552, df=239
6	Integriteit	3.50 (0.85)	2.83 (0.90)	0.000*	t=9.547, df=239
7	Open uiten	3.53 (0.90)	3.46 (0.88)	0.337	t=0.963, df=239
8	Algemeen oordeel vertrouwen	3.65 (0.84)	3.49 (0.78)	0.001*	t=3.479, df=239
9	Beloftevolbrenging	2.59 (0.83)	3.30 (0.73)	0.000*	t=-9.938, df=239
10	Open staan voor signalen uit maatschappij	2.96 (0.76)	3.20 (0.81)	0.000*	t=-3.920, df=239

* Significant bij $p \leq 0.05$

Tabel 4 Significantietoets per item met verschil tussen V1 en V3

	Item	Gem (SD) V1	Gem (SD) V3	Sig. (2-tailed)	Test resultaten
1	Bereikbaarheid	3.54 (0.77)	3.45 (0.72)	0.121	t=1.557, df=239
2	Bekwaamheid	3.89 (0.71)	3.40 (0.79)	0.000*	t=7.770, df=239
3	Samenhangend	3.86 (0.76)	3.64 (0.75)	0.000*	t=3.774, df=239
4	Zorgvuldig met privacy omgaan	3.77 (0.94)	3.53 (0.86)	0.000*	t=3.676, df=239
5	Eerlijkheid	3.81 (0.81)	3.54 (0.98)	0.000*	t=3.824, df=239
6	Integriteit	3.00 (0.95)	2.83 (0.90)	0.014*	t=2.489, df=239
7	Open uiten	3.44 (0.76)	3.46 (0.88)	0.772	t=0.291, df=239
8	Algemeen oordeel vertrouwen	2.96 (0.87)	3.49 (0.78)	0.000*	t=-8.115, df=239
9	Beloftevolbrenging	3.49 (0.71)	3.30 (0.73)	0.000*	t=3.773, df=239
10	Open staan voor signalen uit maatschappij	2.88 (0.75)	3.20 (0.81)	0.000*	t=-5.018, df=239

* Significant bij $p \leq 0.05$

Bijlage 6 – Correlaties

Tabel 5 Vragenlijst 1 inter-item correlation Matrix

	Vraag 1	Vraag 2	Vraag 3	Vraag 4	Vraag 5	Vraag 6	Vraag 7	Vraag 8	Vraag 9	Vraag 10
Vraag 1	1.00									
Vraag 2	0.218	1.00								
Vraag 3	0.042	0.126	1.00							
Vraag 4	-0.030	0.098	0.155	1.00						
Vraag 5	0.288	0.194	-0.030	0.210	1.00					
Vraag 6	0.112	0.235	0.083	0.127	0.327	1.00				
Vraag 7	0.001	0.084	0.047	0.059	-0.013	0.062	1.00			
Vraag 8	0.190	0.147	-0.072	0.121	0.326	0.304	-0.029	1.00		
Vraag 9	0.165	0.231	0.117	0.173	0.213	0.164	0.091	0.221	1.00	
Vraag 10	0.140	0.052	0.066	-0.041	-0.108	-0.082	0.060	-0.053	0.013	1.00

Tabel 6 Vragenlijst 1 Corrected Item-Total Correlation

	Corrected Item-Total Correlation
Vraag 1	0.269
Vraag 2	0.346
Vraag 3	0.126
Vraag 4	0.214
Vraag 5	0.372
Vraag 6	0.340
Vraag 7	0.083
Vraag 8	0.297
Vraag 9	0.349
Vraag 10	0.000

Tabel 7 Vragenlijst 2 inter-item correlation Matrix

	Vraag 1	Vraag 2	Vraag 3	Vraag 4	Vraag 5	Vraag 6	Vraag 7	Vraag 8	Vraag 9	Vraag 10
Vraag 1	1.00									
Vraag 2	-0.024	1.00								
Vraag 3	-0.011	0.262	1.00							
Vraag 4	0.122	0.178	0.135	1.00						
Vraag 5	0.099	0.278	-0.023	0.264	1.00					
Vraag 6	-0.051	0.200	0.049	0.212	0.225	1.00				
Vraag 7	0.094	0.118	0.062	0.229	0.054	0.308	1.00			
Vraag 8	0.096	0.331	0.106	0.330	0.175	0.151	0.224	1.00		
Vraag 9	0.033	0.009	-0.051	0.000	-0.020	0.091	0.092	0.157	1.00	
Vraag 10	-0.031	0.181	0.002	0.157	0.123	0.151	0.183	0.151	-0.110	1.00

Tabel 8 Vragenlijst 2 Corrected Item-Total Correlation

	Corrected Item-Total Correlation
Vraag 1	0.088
Vraag 2	0.363
Vraag 3	0.120
Vraag 4	0.384
Vraag 5	0.283
Vraag 6	0.350
Vraag 7	0.317
Vraag 8	0.419
Vraag 9	0.046
Vraag 10	0.185

Tabel 9 Vragenlijst 3 inter-item correlation Matrix

	Vraag 1	Vraag 2	Vraag 3	Vraag 4	Vraag 5	Vraag 6	Vraag 7	Vraag 8	Vraag 9	Vraag 10
Vraag 1	1.00									
Vraag 2	0.240	1.00								
Vraag 3	0.222	0.468	1.00							
Vraag 4	0.106	0.178	0.105	1.00						
Vraag 5	0.234	0.269	0.361	0.264	1.00					
Vraag 6	0.114	0.263	0.212	0.077	0.257	1.00				
Vraag 7	0.156	0.204	0.230	0.073	0.107	0.243	1.00			
Vraag 8	0.291	0.330	0.306	0.222	0.293	0.282	0.202	1.00		
Vraag 9	0.354	0.330	0.264	0.247	0.310	0.205	0.176	0.370	1.00	
Vraag 10	-0.032	0.126	0.064	0.076	0.045	0.105	0.110	0.080	0.059	1.00

Tabel 10 Vragenlijst 3 Corrected Item-Total Correlation

	Corrected Item-Total Correlation
Vraag 1	0.335
Vraag 2	0.524
Vraag 3	0.482
Vraag 4	0.239
Vraag 5	0.443
Vraag 6	0.391
Vraag 7	0.325
Vraag 8	0.498
Vraag 9	0.451
Vraag 10	0.147

Bijlage 7 – Reacties van leerlingen na het zien van de videofragmenten

Na het zien van de videofragmenten en het invullen van de vragenlijst, werd klassikaal de vraag gesteld wat ze van de uitspraak en de reactie van de persrechter vonden. Hieronder staan een aantal uitspraken van leerlingen over de vrijspraak van beide verdachten en worden een aantal uitspraken gegeven over de reactie van de persrechter.

Uitspraken van leerlingen over de vrijspraak

Een aantal klassen reageerde spontaan na het zien van de video van de uitspraak. Leerlingen begonnen met elkaar te praten over wat ze gezien hadden. De leerlingen vonden het heel erg dat beide verdachten waren vrijgesproken. Nadat de vraag werd gesteld wat zij anders zouden doen, werd het volgende geantwoord: “ik zou het anders doen”; “ik zou ze beide veroordelen en dan later bekijken wie het echt heeft gedaan”; “beide veroordelen voor mishandeling, zo zitten ze in ieder geval vast”, een ander zei: “beide veroordelen voor mishandeling of nalatigheid en dan verder onderzoeken”; “beide vastzetten, totdat eentje toegeeft”. Maar wanneer een andere vraag werd gesteld die betrekking had op de leerlingen zelf, veranderden de reacties. De volgende vraag werd gesteld: “wat nou als jij het was die verdacht was van moord, en jij hebt het zeker niet gedaan. Maar de rechtbank kan niet bewijzen of jij of een ander persoon of jullie beiden een moord hebben gepleegd. Moet jij dan wel de gevangenis in?” Hier veranderden de reacties. “Nee, dan is de uitspraak wel goed”; “oké, de uitspraak is wel goed, maar toch klopt er iets niet”.

Er waren ook leerlingen die de uitspraak juist heel goed vonden. Zij zeiden dat beide verdachten niet de gevangenis in moeten, want onschuldige mensen in de gevangenis stoppen is niet goed. Het risico lopen dat een onschuldig persoon de gevangenis in gaat kan niet. Er waren ook reacties die de wet als argument gebruikten: “is een goede uitspraak, want dat staat in de wet”, “ze kunnen niet anders, want dat zijn de regels”.

In een 5 HAVO klas werd er heel heftig gereageerd op de uitspraak. Ze vonden het eigenlijk niet acceptabel dat de verdachten vrijgesproken werden. Tijdens het invullen van de vragenlijst, omcirkelde een leerling “helemaal niet erg” aan bij de vraag “Hoe erg vind jij deze uitspraak?”. Een andere leerling die dat zag zei op een harde toon: “Helemaal niet erg?! Wat nou als dat jouw kind was?” Later veranderde de leerling toch zijn antwoord naar “Erg”. Nadat er werd gevraagd waarom hij zijn antwoord had veranderd, werd er geantwoord: “Ik had de vraag niet goed begrepen”. Deze klas vond deze uitspraak heel erg. Later zagen zij in dat de uitspraak toch wel goed was, omdat je toch niet misschien wel onschuldige mensen in de gevangenis kunt stoppen. Uiteindelijk kwam de volgende uitspraak naar voren: “Oké, deze uitspraak is wel goed, maar hij voldoet niet aan het rechtvaardigheidsgevoel”.

Uitspraken van leerlingen over de persrechter

In deze deelparagraaf staan een aantal uitspraken van leerlingen over de reactie van de persrechter. Per conditie worden een aantal uitspraken weergegeven.

Conditie Emotioneel: “De toelichting van de persrechter is veel te slap. Als ze het heel erg vinden, maar er niks aan kunnen doen, dan moeten ze maar uitvinden wat ze wél kunnen doen!”, “wat een slap excuus!”, “hij is niet echt overtuigend, maar ik ben het wel met hem eens”, “ik vond het wel een goede toelichting”.

Conditie Rationeel: “Hij legt goed uit waarom ze beide verdachten hebben vrijgesproken, het komt helder over.”

Conditie Emotioneel – Rationeel: “Goede toelichting, niks op aan te merken”, “ik ben wel tevreden met deze toelichting”.

Conditie Rationeel – Emotioneel: “De persrechter legt kort en krachtig uit. Het komt goed en helder over. Ik ben er wel tevreden mee”.

Over het algemeen gaven de leerlingen bij alle condities ongeveer dezelfde antwoorden. Ze vonden de reactie van de persrechter goed. Hij legde goed uit waarom de verdachten zijn vrijgesproken. De enige keer waar heftige reacties kwamen, was bij de emotionele strategie. Leerlingen konden niet begrijpen waarom de rechtbank niets heeft kunnen doen, ondanks dat ze de uitspraak van vrijspraak zelf ook zo erg vonden. Dit gegeven kan van veel waarde zijn voor de Rechtspraak. Blijkbaar heeft de uitleg waarom de rechtbank iemand niet heeft kunnen veroordelen, ondanks dat ze het zelf ook heel erg vinden, een negatief effect. De rechtbank krijgt dan geen sympathie van de respondenten, maar raken juist meer verward! De meeste reacties kwamen na het zien van het videofragment over de vrijspraak en niet over de persrechter.

Bijlage 8 – Verschillen na reparatievideo One-Way ANOVA en Post Hoc Bonferroni

Tabel 11 One-Way ANOVA “Hoe overtuigend vind jij deze toelichting?”

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between groups	34.934	3	11.645	10.766	0.000*
Within Groups	252.011	233	1.082		
Totaal	286.945	236			

*Significant bij $p \leq 0.05$

Tabel 12 One-Way ANOVA met Post Hoc Bonferroni na reparatie (Bereikbaarheid)

Bereikbaarheid (A vs. B)	Gem (SD)	Gem (SD)	Gem Verschil (A-B) (SD)	Sig.
Emotioneel vs. Rationeel	3.49 (0.78)	3.31 (0.73)	0.17 (0.14)	1.000
Emotioneel vs. E–R	3.49 (0.78)	3.33 (0.76)	0.16 (0.13)	1.000
Emotioneel vs. R–E	3.49 (0.78)	3.63 (0.60)	-0.14 (0.12)	1.000
Rationeel vs. E–R	3.31 (0.73)	3.33 (0.76)	-0.02 (0.14)	1.000
Rationeel vs. R–E	3.31 (0.73)	3.63 (0.60)	-0.32 (0.14)	0.140
E–R vs. R–E	3.33 (0.76)	3.63 (0.60)	-0.30 (0.13)	0.126

Tabel 13 One-Way ANOVA met Post Hoc Bonferroni na reparatie (Samenhangendheid)

Samenhangendheid (A vs. B)	Gem (SD)	Gem (SD)	Gem Verschil (A-B) (SD)	Sig.
Emotioneel vs. Rationeel	3.56 (0.71)	3.71 (0.87)	-0.15 (0.14)	1.000
Emotioneel vs. E–R	3.56 (0.71)	3.67 (0.80)	-0.12 (0.13)	1.000
Emotioneel vs. R–E	3.56 (0.71)	3.64 (0.67)	-0.08 (0.13)	1.000
Rationeel vs. E–R	3.71 (0.87)	3.67 (0.80)	0.04 (0.15)	1.000
Rationeel vs. R–E	3.71 (0.87)	3.64 (0.67)	0.07 (0.15)	1.000
E–R vs. R–E	3.67 (0.80)	3.64 (0.67)	0.03 (0.14)	1.000

Tabel 14 One-Way ANOVA met Post Hoc Bonferroni na reparatie (Beloftevolbrenging)

Beloftevolbrenging (A vs. B)	Gem (SD)	Gem (SD)	Gem Verschil (A-B) (SD)	Sig.
Emotioneel vs. Rationeel	3.30 (0.77)	3.29 (0.79)	0.01 (0.14)	1.000
Emotioneel vs. E–R	3.30 (0.77)	3.21 (0.74)	0.09 (0.13)	1.000
Emotioneel vs. R–E	3.30 (0.77)	3.37 (0.65)	-0.07 (0.13)	1.000
Rationeel vs. E–R	3.29 (0.79)	3.21 (0.74)	0.08 (0.15)	1.000
Rationeel vs. R–E	3.29 (0.79)	3.37 (0.65)	-0.08 (0.14)	1.000
E–R vs. R–E	3.21 (0.74)	3.37 (0.65)	-0.17 (0.13)	1.000

Bijlage 9 – Paired Samples T-Test tussen drie vragenlijsten conditie Emotioneel

Tabel 15 Paired Samples T-Test verschil V1 en V2 Emotioneel

	Item	Gem (SD) V1	Gem (SD) V2	Gem (SD) V1-V2	Sig. (2-tailed)	Test resultaten
1	Bereikbaarheid	3.47 (0.86)	3.20 (0.65)	0.27 (1.09)	0.041*	t=2.085, df=69
3	Samenhangend	3.94 (0.74)	3.17 (1.04)	0.77 (1.26)	0.000*	t=5.104, df=69
9	Beloftevolbrenging	3.39 (0.73)	2.51 (0.76)	0.87 (1.09)	0.000*	t=6.694, df=69

* Significant bij $p \leq 0.05$

Tabel 16 Paired Samples T-Test verschil V2 en V3 Emotioneel

	Item	Gem (SD) V2	Gem (SD) V3	Gem (SD) V2-V3	Sig. (2-tailed)	Test resultaten
1	Bereikbaarheid	3.20 (0.65)	3.49 (0.76)	-0.29 (0.76)	0.003*	t=-3.128, df=69
3	Samenhangend	3.17 (1.04)	3.56 (0.71)	-0.39 (1.00)	0.002*	t=-3.237, df=69
9	Beloftevolbrenging	2.51 (0.76)	3.30 (0.77)	-0.79 (1.03)	0.000*	t=-6.357, df=69

* Significant bij $p \leq 0.05$

Tabel 17 Paired Samples T-Test verschil V1 en V3 Emotioneel

	Item	Gem (SD) V1	Gem (SD) V3	Gem (SD) V1-V3	Sig. (2-tailed)	Test resultaten
1	Bereikbaarheid	3.47 (0.86)	3.49 (0.76)	-0.01 (0.96)	0.901	t=-0.125, df=69
3	Samenhangend	3.94 (0.74)	3.56 (0.71)	0.39 (0.91)	0.001*	t=3.564, df=69
9	Beloftevolbrenging	3.39 (0.73)	3.30 (0.77)	0.09 (0.83)	0.390	t=0.864, df=69

* Significant bij $p \leq 0.05$

Bijlage 10 – Paired Samples T-Test tussen drie vragenlijsten conditie Rationeel

Tabel 18 Paired Samples T-Test verschil V1 en V2 Rationeel

	Item	Gem (SD) V1	Gem (SD) V2	Gem (SD) V1-V2	Sig. (2-tailed)	Test resultaten
1	Bereikbaarheid	3.42 (0.62)	3.00 (0.64)	0.42 (0.87)	0.002*	t=3.272, df=44
3	Samenhangend	3.84 (0.80)	3.16 (0.82)	0.69 (1.12)	0.000*	t=4.109, df=44
9	Beloftevolbrenging	3.58 (0.66)	2.76 (0.93)	0.82 (1.13)	0.000*	t=6.952, df=44

* Significant bij $p \leq 0.05$

Tabel 19 Paired Samples T-Test verschil V2 en V3 Rationeel

	Item	Gem (SD) V2	Gem (SD) V3	Gem (SD) V2-V3	Sig. (2-tailed)	Test resultaten
1	Bereikbaarheid	3.00 (0.64)	3.31 (0.73)	-0.31 (1.04)	0.051**	t=-2.006, df=44
3	Samenhangend	3.16 (0.82)	3.71 (0.87)	-0.56 (1.14)	0.002*	t=-3.271, df=44
9	Beloftevolbrenging	2.76 (0.93)	3.29 (0.79)	-0.53 (1.24)	0.006*	t=-2.895, df=44

* Significant bij $p \leq 0.05$,

** Significant bij $p \leq 0.10$

Tabel 20 Paired Samples T-Test verschil V1 en V3 Rationeel

	Item	Gem (SD) V1	Gem (SD) V3	Gem (SD) V1-V3	Sig. (2-tailed)	Test resultaten
1	Bereikbaarheid	3.42 (0.62)	3.31 (0.73)	0.11 (0.96)	0.441	t=0.777, df=44
3	Samenhangend	3.84 (0.80)	3.71 (0.87)	0.13 (0.89)	0.323	t=1.000, df=44
9	Beloftevolbrenging	3.58 (0.66)	3.29 (0.79)	0.29 (0.63)	0.003*	t=3.096, df=44

* Significant bij $p \leq 0.05$

Bijlage 11 – Paired Samples T-Test tussen drie vragenlijsten conditie E-R

Tabel 21 Paired Samples T-Test verschil V1 en V2 E-R

	Item	Gem (SD) V1	Gem (SD) V2	Gem (SD) V1-V2	Sig. (2-tailed)	Test resultaten
1	Bereikbaarheid	3.59 (0.73)	3.28 (0.79)	0.31 (0.86)	0.008*	t=2.740, df=57
3	Samenhangend	3.79 (0.77)	3.33 (0.93)	0.47 (1.16)	0.003*	t=3.062, df=57
9	Beloftevolbrenging	3.45 (0.78)	2.67 (0.91)	0.78 (1.08)	0.000*	t=5.488, df=57

* Significant bij $p \leq 0.05$

Tabel 22 Paired Samples T-Test verschil V2 en V3 E-R

	Item	Gem (SD) V2	Gem (SD) V3	Gem (SD) V2-V3	Sig. (2-tailed)	Test resultaten
1	Bereikbaarheid	3.28 (0.79)	3.33 (0.76)	-0.05 (1.00)	0.695	t=-0.394, df=57
3	Samenhangend	3.33 (0.93)	3.67 (0.80)	-0.34 (0.87)	0.004*	t=-3.020, df=57
9	Beloftevolbrenging	2.67 (0.91)	3.21 (0.74)	-0.53 (1.17)	0.001*	t=-3.470, df=57

* Significant bij $p \leq 0.05$

Tabel 23 Paired Samples T-Test verschil V1 en V3 E-R

	Item	Gem (SD) V1	Gem (SD) V3	Gem (SD) V1-V3	Sig. (2-tailed)	Test resultaten
1	Bereikbaarheid	3.59 (0.73)	3.33 (0.76)	0.59 (0.87)	0.027*	t=2.264, df=57
3	Samenhangend	3.79 (0.77)	3.67 (0.80)	0.12 (0.99)	0.358	t=0.926, df=57
9	Beloftevolbrenging	3.45 (0.78)	3.21 (0.74)	0.24 (0.88)	0.042*	t=2.078, df=57

* Significant bij $p \leq 0.05$

Bijlage 12 – Paired Samples T-Test tussen drie vragenlijsten conditie R-E

Tabel 24 Paired Samples T-Test verschil V1 en V2 R-E

	Item	Gem (SD) V1	Gem (SD) V2	Gem (SD) V1-V2	Sig. (2-tailed)	Test resultaten
1	Bereikbaarheid	3.66 (0.79)	3.00 (0.72)	0.66 (1.07)	0.000*	t=5.039, df=66
3	Samenhangend	3.85 (0.74)	3.46 (0.86)	0.39 (1.11)	0.006*	t=2.851, df=66
9	Beloftevolbrenging	3.57 (0.68)	2.49 (0.77)	1.07 (0.89)	0.000*	t=9.851, df=66

* Significant bij $p \leq 0.05$

Tabel 25 Paired Samples T-Test verschil V2 en V3 R-E

	Item	Gem (SD) V2	Gem (SD) V3	Gem (SD) V2-V3	Sig. (2-tailed)	Test resultaten
1	Bereikbaarheid	3.00 (0.72)	3.63 (0.60)	-0.63 (0.88)	0.000*	t=-5.799, df=66
3	Samenhangend	3.46 (0.86)	3.64 (0.67)	-0.18 (1.06)	0.170	t=-1.386, df=66
9	Beloftevolbrenging	2.49 (0.77)	3.37 (0.65)	-0.88 (0.98)	0.000*	t=-7.375, df=66

* Significant bij $p \leq 0.05$,

** Significant bij $p \leq 0.10$

Tabel 26 Paired Samples T-Test verschil V1 en V3 R-E

	Item	Gem (SD) V1	Gem (SD) V3	Gem (SD) V1-V3	Sig. (2-tailed)	Test resultaten
1	Bereikbaarheid	3.66 (0.79)	3.63 (0.60)	0.03 (0.70)	0.727	t=0.351, df=66
3	Samenhangend	3.85 (0.74)	3.64 (0.67)	0.21 (0.90)	0.061**	t=1.907, df=66
9	Beloftevolbrenging	3.57 (0.68)	3.37 (0.65)	0.19 (0.78)	0.047*	t=2.028, df=66

* Significant bij $p \leq 0.05$,

** Significant bij $p \leq 0.10$

Bijlage 13 – Verschillen bij Rampeffect One-Way ANOVA en Post Hoc Bonferroni

Tabel 27 One-Way ANOVA beoordeling Rampeffect

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Bereikbaarheid	Between groups	5.994	3	1.998	2.030	0.110
	Within Groups	232.339	236	0.984		
	Totaal	238.333	239			
Samenhangendheid	Between groups	6.321	3	2.107	1.533	0.209
	Within Groups	324.329	236	1.374		
	Totaal	330.650	239			
Beloftevolbrenging	Between groups	3.262	3	1.087	1.006	0.391
	Within Groups	255.134	236	1.081		
	Totaal	258.396	239			

Tabel 28 One-Way ANOVA met Post Hoc Bonferroni Rampeffect (Bereikbaarheid)

Bereikbaarheid (A vs. B)	Gem (SD)	Gem (SD)	Gem Verschil (A-B) (SD)	Sig.
Emotioneel vs. Rationeel	0.27 (1.09)	0.42 (0.87)	-0.15 (0.19)	1.000
Emotioneel vs. E-R	0.27 (1.09)	0.31 (0.86)	-0.04 (0.18)	1.000
Emotioneel vs. R-E	0.27 (1.09)	0.66 (1.07)	-0.39 (0.17)	0.144
Rationeel vs. E-R	0.42 (0.87)	0.31 (0.86)	0.11 (0.20)	1.000
Rationeel vs. R-E	0.42 (0.87)	0.66 (1.07)	-0.23 (0.19)	1.000
E-R vs. R-E	0.31 (0.86)	0.66 (1.07)	-0.35 (0.18)	0.317

Tabel 29 One-Way ANOVA met Post Hoc Bonferroni Rampeffect (Samenhangendheid)

Samenhangendheid (A vs. B)	Gem (SD)	Gem (SD)	Gem Verschil (A-B) (SD)	Sig.
Emotioneel vs. Rationeel	0.77 (1.26)	0.69 (1.12)	0.08 (0.22)	1.000
Emotioneel vs. E-R	0.77 (1.26)	0.47 (1.16)	0.31 (0.21)	0.858
Emotioneel vs. R-E	0.77 (1.26)	0.39 (1.11)	0.38 (0.20)	0.341
Rationeel vs. E-R	0.69 (1.12)	0.47 (1.16)	0.22 (0.23)	1.000
Rationeel vs. R-E	0.69 (1.12)	0.39 (1.11)	0.30 (0.23)	1.000
E-R vs. R-E	0.47 (1.16)	0.39 (1.11)	0.08 (0.21)	1.000

Tabel 30 One-Way ANOVA met Post Hoc Bonferroni Rampeffect (Beloftevolbrenging)

Beloftevolbrenging (A vs. B)	Gem (SD)	Gem (SD)	Gem Verschil (A-B) (SD)	Sig.
Emotioneel vs. Rationeel	0.87 (1.09)	0.82 (1.11)	0.05 (0.20)	1.000
Emotioneel vs. E-R	0.87 (1.09)	0.76 (1.08)	0.10 (0.18)	1.000
Emotioneel vs. R-E	0.87 (1.09)	1.07 (0.89)	-0.20 (0.18)	1.000
Rationeel vs. E-R	0.82 (1.11)	0.76 (1.08)	0.05 (0.21)	1.000
Rationeel vs. R-E	0.82 (1.11)	1.07 (0.89)	-0.25 (0.20)	1.000
E-R vs. R-E	0.76 (1.08)	1.07 (0.89)	-0.30 (0.19)	0.663

Bijlage 14 – Verschillen bij Reparatie-effect One-Way ANOVA en Post Hoc Bonferroni

Tabel 31 One-Way ANOVA beoordeling Reparaie-effect

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Bereikbaarheid	Between groups	10.549	3	3.516	4.224	0.006*
	Within Groups	196.447	236	0.832		
	Totaal	206.996	239			
Samenhangendheid	Between groups	3.949	3	1.316	1.208	0.282
	Within Groups	242.651	236	1.028		
	Totaal	246.600	239			
Beloftevolbrenging	Between groups	5.534	3	1.845	1.541	0.204
	Within Groups	282.462	236	1.197		
	Totaal	287.996	239			

* Significant bij $p \leq 0.05$

Tabel 32 One-Way ANOVA met Post Hoc Bonferroni Reparatie-effect (Bereikbaarheid)

Bereikbaarheid (A vs. B)	Gem (SD)	Gem (SD)	Gem Verschil (A-B) (SD)	Sig.
Emotioneel vs. Rationeel	0.29 (0.76)	0.31 (1.04)	-0.03 (0.18)	1.000
Emotioneel vs. E-R	0.29 (0.76)	0.31 (0.86)	0.23 (0.16)	0.900
Emotioneel vs. R-E	0.29 (0.76)	0.63 (0.88)	-0.34 (0.16)	0.178
Rationeel vs. E-R	0.31 (1.04)	0.31 (0.86)	0.26 (0.18)	0.922
Rationeel vs. R-E	0.31 (1.04)	0.63 (0.88)	-0.32 (0.18)	0.443
E-R vs. R-E	0.31 (0.86)	0.63 (0.88)	-0.58 (0.16)	0.003*

* Significant bij $p \leq 0.05$

Tabel 33 One-Way ANOVA met Post Hoc Bonferroni Reparatie-effect (Samenhangendheid)

Samenhangendheid (A vs. B)	Gem (SD)	Gem (SD)	Gem Verschil (A-B) (SD)	Sig.
Emotioneel vs. Rationeel	0.39 (1.00)	0.56 (1.14)	-0.17 (0.19)	1.000
Emotioneel vs. E-R	0.39 (1.00)	0.34 (0.87)	0.04 (0.18)	1.000
Emotioneel vs. R-E	0.39 (1.00)	0.18 (1.06)	0.21 (0.17)	1.000
Rationeel vs. E-R	0.56 (1.14)	0.34 (0.87)	0.21 (0.20)	1.000
Rationeel vs. R-E	0.56 (1.14)	0.18 (1.06)	0.38 (0.20)	0.332
E-R vs. R-E	0.34 (0.87)	0.18 (1.06)	0.17 (0.18)	1.000

Tabel 34 One-Way ANOVA met Post Hoc Bonferroni Reparatie-effect (Beloftevolbrenging)

Beloftevolbrenging (A vs. B)	Gem (SD)	Gem (SD)	Gem Verschil (A-B) (SD)	Sig.
Emotioneel vs. Rationeel	0.79 (1.03)	0.53 (1.24)	0.25 (0.21)	1.000
Emotioneel vs. E-R	0.79 (1.03)	0.53 (1.17)	0.25 (0.19)	1.000
Emotioneel vs. R-E	0.79 (1.03)	0.88 (0.98)	-0.09 (0.19)	1.000
Rationeel vs. E-R	0.53 (1.24)	0.53 (1.17)	-0.00 (0.22)	1.000
Rationeel vs. R-E	0.53 (1.24)	0.88 (0.98)	-0.35 (0.21)	0.605
E-R vs. R-E	0.53 (1.17)	0.88 (0.98)	-0.35 (0.20)	0.474

Bijlage 15 – Effecten media op Rampeffect One-Way ANOVA en Post Hoc Bonferroni

Tabel 35 One-Way ANOVA beoordeling Rampeffect “Welke krant lees je?”

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Bereikbaarheid	Between groups	8.780	4	2.195	2.230	0.067**
	Within Groups	226.352	230	0.984		
	Totaal	235.132	234			
Samenhangendheid	Between groups	1.868	4	0.467	0.334	0.855
	Within Groups	321.724	230	1.399		
	Totaal	323.591	234			
Beloftevolbrenging	Between groups	10.296	4	2.549	2.434	0.048*
	Within Groups	240.927	230	1.048		
	Totaal	251.123	234			

* Significant bij $p \leq 0.05$.

** Significant bij $p \leq 0.10$

Tabel 36 One-Way ANOVA met Post Hoc Bonferroni Rampeffect “Welke krant lees je?” (Bereikbaarheid)

Bereikbaarheid (A vs. B)	Gem Verschil (A-B) (SD)	Sig.
Trouw vs. Tubantia	0.56 (0.45)	1.000
Trouw vs. Volkskrant	0.46 (0.52)	1.000
Trouw vs. NRC Handelsblad	1.57 (0.58)	0.073**
Trouw vs. Geen krant	0.59 (0.46)	1.000
Tubantia vs. Volkskrant	-0.10 (0.29)	1.000
Tubantia vs. NRC Handelsblad	1.01 (0.38)	0.093**
Tubantia vs. Geen krant	0.02 (0.15)	1.000
Volkskrant vs. NRC Handelsblad	1.11 (0.47)	0.178
Volkskrant vs. Geen krant	0.12 (0.30)	1.000
NRC Handelsblad vs Geen krant	-0.99 (0.39)	0.129

* Significant bij $p \leq 0.05$,

** Significant bij $p \leq 0.10$

Tabel 37 One-Way ANOVA met Post Hoc Bonferroni Rampeffect “Welke krant lees je?” (Beloftevolbrenging)

Beloftevolbrenging (A vs. B)	Gem Verschil (A-B) (SD)	Sig.
Trouw vs. Tubantia	0.88 (0.47)	0.605
Trouw vs. Volkskrant	1.12 (0.54)	0.092**
Trouw vs. NRC Handelsblad	1.51 (0.60)	0.122
Trouw vs. Geen krant	0.89 (0.47)	0.628
Tubantia vs. Volkskrant	0.54 (0.30)	0.718
Tubantia vs. NRC Handelsblad	0.64 (0.40)	1.000
Tubantia vs. Geen krant	0.01 (0.15)	1.000
Volkskrant vs. NRC Handelsblad	0.10 (0.48)	1.000
Volkskrant vs. Geen krant	-0.53 (0.31)	0.880
NRC Handelsblad vs Geen krant	-0.63 (0.41)	1.000

* Significant bij $p \leq 0.05$,

** Significant bij $p \leq 0.10$

Tabel 38 One-Way ANOVA beoordeling Rampeffect “Welke programma kijk je het meest?”

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Bereikbaarheid	Between groups	6.482	3	2.161	2.199	0.089**
	Within Groups	231.852	236	0.982		
	Totaal	238.333	239			
Samenhangendheid	Between groups	1.053	3	0.351	0.251	0.860
	Within Groups	329.597	236	1.397		
	Totaal	330.650	239			
Beloftevolbrenging	Between groups	4.467	3	1.489	1.384	0.248
	Within Groups	253.928	236	1.076		
	Totaal	258.396	239			

* Significant bij $p \leq 0.05$,

** Significant bij $p \leq 0.10$

Tabel 39 One-Way ANOVA beoordeling Rampeffect “Door welke programma wordt jij het meest beïnvloed?”

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Bereikbaarheid	Between groups	2.827	3	0.942	0.942	0.421
	Within Groups	235.165	235	1.001		
	Totaal	237.992	238			
Samenhangendheid	Between groups	8.497	3	2.832	2.068	0.105
	Within Groups	321.821	235	1.369		
	Totaal	330.318	238			
Beloftevolbrenging	Between groups	4.240	3	1.413	1.307	0.273
	Within Groups	254.145	235	1.081		
	Totaal	258.385	238			

Tabel 40 One-Way ANOVA beoordeling Rampeffect “Wat spreekt jou het meest aan in nieuwsprogramma’s?”

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Bereikbaarheid	Between groups	2.493	4	0.623	0.621	0.648
	Within Groups	235.840	235	1.004		
	Totaal	238.333	239			
Samenhangendheid	Between groups	5.675	4	1.419	1.026	0.395
	Within Groups	324.975	235	1.383		
	Totaal	330.650	239			
Beloftevolbrenging	Between groups	2.318	4	0.580	0.532	0.712
	Within Groups	256.078	235	1.090		
	Totaal	258.396	239			

Tabel 41 One-Way ANOVA beoordeling Rampeffect "Hoeveel vertrouwen hebben jou ouders in de Rechtspraak?"

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Bereikbaarheid	Between groups	2.926	4	0.731	0.718	0.580
	Within Groups	234.206	230	1.018		
	Totaal	237.132	234			
Samenhangendheid	Between groups	3.431	4	0.858	0.622	0.647
	Within Groups	317.165	230	1.379		
	Totaal	320.596	234			
Beloftevolbrenging	Between groups	11.162	4	2.791	2.716	0.031*
	Within Groups	236.302	230	1.027		
	Totaal	247.464	234			

* Significant bij $p \leq 0.05$

Bijlage 16 – Effecten media op Reparatie-effect One-Way ANOVA en Post Hoc Bonferroni

Tabel 42 One-Way ANOVA beoordeling Reparatie-effect “Welke krant lees je?”

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Bereikbaarheid	Between groups	3.455	4	0.864	1.000	0.408
	Within Groups	198.655	230	0.864		
	Totaal	202.111	234			
Samenhangendheid	Between groups	0.261	4	0.065	0.62	0.993
	Within Groups	241.126	230	1.048		
	Totaal	241.387	234			
Beloftevolbrenging	Between groups	22.828	4	5.707	5.153	0.001*
	Within Groups	254.721	230	1.107		
	Totaal	277.549	234			

* Significant bij $p \leq 0.05$

Tabel 43 One-Way ANOVA met Post Hoc Bonferroni Reparatie-effect “Welke krant lees je?” (Beloftevolbrenging)

Beloftevolbrenging (A vs. B)	Gem Verschil (A-B) (SD)	Sig.
Trouw vs. Tubantia	1.39 (0.48)	0.040*
Trouw vs. Volkskrant	2.20 (0.55)	0.001*
Trouw vs. NRC Handelsblad	2.06 (0.62)	0.010*
Trouw vs. Geen krant	1.64 (0.49)	0.009*
Tubantia vs. Volkskrant	0.81 (0.31)	0.087**
Tubantia vs. NRC Handelsblad	0.66 (0.41)	1.000
Tubantia vs. Geen krant	0.25 (0.15)	1.000
Volkskrant vs. NRC Handelsblad	-0.14 (0.49)	1.000
Volkskrant vs. Geen krant	-0.56 (0.32)	0.809
NRC Handelsblad vs. Geen krant	-0.41 (0.42)	1.000

* Significant bij $p \leq 0.05$,

** Significant bij $p \leq 0.10$

Tabel 44 One-Way ANOVA beoordeling Reparatie-effect “Welke programma kijk je het meest?”

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Bereikbaarheid	Between groups	0.250	3	0.083	0.095	0.963
	Within Groups	206.746	236	0.876		
	Totaal	206.996	239			
Samenhangendheid	Between groups	1.498	3	0.499	0.481	0.696
	Within Groups	245.102	236	1.039		
	Totaal	246.600	239			
Beloftevolbrenging	Between groups	1.957	3	0.652	0.538	0.657
	Within Groups	286.039	236	1.212		
	Totaal	287.996	239			

Tabel 45 One-Way ANOVA beoordeling Reparatie-effect "Door welke programma wordt jij het meest beïnvloed?"

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Bereikbaarheid	Between groups	0.850	3	0.283	0.323	0.809
	Within Groups	206.037	235	0.877		
	Totaal	206.887	238			
Samenhangendheid	Between groups	5.880	3	1.960	1.914	0.128
	Within Groups	240.597	235	1.024		
	Totaal	246.477	238			
Beloftevolbrenging	Between groups	2.518	3	0.839	0.692	0.558
	Within Groups	284.980	235	1.213		
	Totaal	287.498	238			

Tabel 46 One-Way ANOVA beoordeling Reparatie-effect "Wat spreekt jou het meest aan in nieuw'sprogramma's?"

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Bereikbaarheid	Between groups	2.641	4	0.660	0.759	0.553
	Within Groups	204.355	235	0.872		
	Totaal	206.996	239			
Samenhangendheid	Between groups	6.038	4	1.509	1.475	0.211
	Within Groups	240.562	235	1.024		
	Totaal	246.600	239			
Beloftevolbrenging	Between groups	6.738	4	1.685	1.407	0.232
	Within Groups	281.258	235	1.197		
	Totaal	287.996	239			

Tabel 47 One-Way ANOVA beoordeling Reparatie-effect "Hoeveel vertrouwen hebben jou ouders in de Rechtspraak?"

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Bereikbaarheid	Between groups	7.748	4	1.937	2.261	0.063**
	Within Groups	197.018	230	0.857		
	Totaal	204.766	234			
Samenhangendheid	Between groups	4.627	4	1.157	1.120	0.348
	Within Groups	237.628	230	1.033		
	Totaal	242.255	234			
Beloftevolbrenging	Between groups	16.790	4	4.197	3.804	0.005*
	Within Groups	253.781	230	1.103		
	Totaal	270.570	234			

* Significant bij $p \leq 0.05$,

** Significant bij $p \leq 0.10$

Bijlage 17 – Effecten van algemene gegevens op Rampeffect

Tabel 48 Independent Samples T-Test Effecten geslacht op Rampeffect

	Gem (SD) Man	Gem (SD) Vrouw	Sig. (2-tailed)	Test resultaten
Bereikbaarheid	0.56 (1.14)	0.29 (0.83)	0.035*	t=2.118, df=203.995
Samenhangendheid	0.49 (1.15)	0.65 (1.20)	0.295	t=-1.050, df=238
Beloftevolbrenging	0.96 (1.10)	0.84 (0.98)	0.394	t=0.054, df=238

*Significant bij $p \leq 0.05$

Tabel 49 One-Way ANOVA Effecten leeftijd op Rampeffect

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Bereikbaarheid	Between groups	4.936	5	0.987	0.990	0.425
	Within Groups	233.397	234	0.997		
	Totaal	238.333	239			
Samenhangendheid	Between groups	5.078	5	1.016	0.730	0.602
	Within Groups	325.572	234	1.391		
	Totaal	330.650	239			
Beloftevolbrenging	Between groups	3.103	5	0.621	0.569	0.724
	Within Groups	255.293	234	1.091		
	Totaal	258.396	239			

Tabel 50 One-Way ANOVA Effecten locatie op Rampeffect

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Bereikbaarheid	Between groups	3.157	2	1.578	1.591	0.206
	Within Groups	235.176	237	0.992		
	Totaal	238.333	239			
Samenhangendheid	Between groups	2.795	2	1.397	1.010	0.366
	Within Groups	327.855	237	1.383		
	Totaal	330.650	239			
Beloftevolbrenging	Between groups	2.662	2	1.331	1.233	0.293
	Within Groups	255.734	237	1.079		
	Totaal	258.396	239			

Tabel 51 One-Way ANOVA Effecten klas op Rampeffect

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Bereikbaarheid	Between groups	4.756	2	2.378	2.413	0.092**
	Within Groups	233.577	237	0.986		
	Totaal	238.333	239			
Samenhangendheid	Between groups	6.723	2	3.362	2.460	0.088**
	Within Groups	323.927	237	1.367		
	Totaal	330.650	239			
Beloftevolbrenging	Between groups	0.457	2	0.229	0.210	0.811
	Within Groups	257.938	237	1.088		
	Totaal	258.396	239			

* Significant bij $p \leq 0.05$,

** Significant bij $p \leq 0.10$

Tabel 52 One-Way ANOVA Effecten Hoe lang in NL op Rampeffect

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Bereikbaarheid	Between groups	6.539	11	0.594	0.590	0.836
	Within Groups	222.808	221	1.008		
	Totaal	229.348	232			
Samenhangendheid	Between groups	16.295	11	1.481	1.075	0.382
	Within Groups	304.486	221	1.378		
	Totaal	320.781	232			
Beloftevolbrenging	Between groups	14.222	11	1.293	1.190	0.295
	Within Groups	240.061	221	1.086		
	Totaal	254.283	232			

Bijlage 18 – Effecten van algemene gegevens op Reparatie-effect

Tabel 53 Independent Samples T-Test Effecten geslacht op Reparatie-effect

	Gem (SD) Man	Gem (SD) Vrouw	Sig. (2-tailed)	Test resultaten
Bereikbaarheid	0.45 (0.97)	0.22 (0.88)	0.061**	t=1.882, df=238
Samenhangendheid	0.23 (0.98)	1.04 (0.09)	0.076**	t=-1.782, df=237.646
Beloftevolbrenging	1.25 (0.12)	0.94 (0.08)	0.752	t=1.882, df=209.269

* Significant bij $p \leq 0.05$,

** Significant bij $p \leq 0.10$

Tabel 54 One-Way ANOVA Effecten leeftijd op Reparatie-effect

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Bereikbaarheid	Between groups	6.174	5	1.235	1.439	0.211
	Within Groups	200.822	234	0.858		
	Totaal	206.996	239			
Samenhangendheid	Between groups	8.678	5	1.736	1.707	0.134
	Within Groups	237.922	234	1.017		
	Totaal	246.600	239			
Beloftevolbrenging	Between groups	2.850	5	0.570	0.468	0.800
	Within Groups	285.145	234	1.219		
	Totaal	287.996	239			

Tabel 55 One-Way ANOVA Effecten locatie op Reparatie-effect

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Bereikbaarheid	Between groups	2.610	2	1.305	1.513	0.222
	Within Groups	204.385	237	0.862		
	Totaal	206.996	239			
Samenhangendheid	Between groups	0.240	2	0.120	0.116	0.891
	Within Groups	246.360	237	1.039		
	Totaal	246.600	239			
Beloftevolbrenging	Between groups	4.972	2	2.486	2.082	0.127
	Within Groups	283.024	237	1.194		
	Totaal	287.996	239			

Tabel 56 One-Way ANOVA Effecten klas op Reparatie-effect

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Bereikbaarheid	Between groups	0.849	2	0.425	0.488	0.614
	Within Groups	206.147	237	0.870		
	Totaal	206.996	239			
Samenhangendheid	Between groups	3.245	2	1.622	1.580	0.208
	Within Groups	243.355	237	1.027		
	Totaal	246.600	239			
Beloftevolbrenging	Between groups	0.301	2	0.151	0.124	0.883
	Within Groups	287.694	237	1.214		
	Totaal	287.996	239			

Tabel 57 One-Way ANOVA Effecten Hoe lang in NL op Reparatie-effect

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Bereikbaarheid	Between groups	7.731	11	0.703	0.799	0.641
	Within Groups	194.484	221	0.880		
	Totaal	202.215	232			
Samenhangendheid	Between groups	14.582	11	1.326	1.311	0.219
	Within Groups	223.410	221	1.011		
	Totaal	237.991	232			
Beloftevolbrenging	Between groups	15.178	11	1.380	1.127	0.341
	Within Groups	270.556	221	1.224		
	Totaal	285.734	232			

Bijlage 19 – Analyses bij Rampeffect < 0 One-Way ANOVA en Post Hoc Bonferroni

Tabel 58 One-Way ANOVA met Post Hoc Bonferroni bij Rampeffect Bereikbaarheid <0

Reparatie-effect Bereikbaarheid (A vs. B)	Gem (SD)	Gem (SD)	Gem Verschil (A-B) (SD)	Sig.
Emotioneel vs. Rationeel	-0.25 (0.62)	-0.25 (0.50)	0.00 (0.44)	1.000
Emotioneel vs. E-R	-0.25 (0.62)	-1.50 (1.22)	1.25 (0.38)	0.019*
Emotioneel vs. R-E	-0.25 (0.62)	-0.50 (0.55)	0.25 (0.38)	1.000
Rationeel vs. E-R	-0.25 (0.50)	-1.50 (1.22)	1.25 (0.49)	0.109
Rationeel vs. R-E	-0.25 (0.50)	-0.50 (0.55)	0.25 (0.49)	1.000
E-R vs. R-E	-1.50 (1.22)	-0.50 (0.55)	-1.00 (0.44)	0.196

* Significant bij $p \leq 0.05$

Tabel 59 One-Way ANOVA met Post Hoc Bonferroni bij Rampeffect Samenhangendheid <0

Reparatie-effect Samenhangendheid (A vs. B)	Gem (SD)	Gem (SD)	Gem Verschil (A-B) (SD)	Sig.
Emotioneel vs. Rationeel	-0.50 (0.85)	-0.40 (1.14)	-0.10 (0.48)	1.000
Emotioneel vs. E-R	-0.50 (0.85)	-0.22 (0.83)	-0.28 (0.40)	1.000
Emotioneel vs. R-E	-0.50 (0.85)	-0.23 (0.83)	-0.27 (0.37)	1.000
Rationeel vs. E-R	-0.40 (1.14)	-0.22 (0.83)	-0.18 (0.49)	1.000
Rationeel vs. R-E	-0.40 (1.14)	-0.23 (0.83)	-0.17 (0.46)	1.000
E-R vs. R-E	-0.22 (0.83)	-0.23 (0.83)	0.01 (0.38)	1.000

Tabel 60 One-Way ANOVA met Post Hoc Bonferroni bij Rampeffect Beloftevolbrenging <0

Reparatie-effect Beloftevolbrenging (A vs. B)	Gem (SD)	Gem (SD)	Gem Verschil (A-B) (SD)	Sig.
Emotioneel vs. Rationeel	-1.00 (0.89)	-1.00 (0.00)	0.00 (0.64)	1.000
Emotioneel vs. E-R	-1.00 (0.89)	-1.00 (1.41)	0.00 (0.68)	1.000
Emotioneel vs. R-E	-1.00 (0.89)	-1.50 (2.12)	0.50 (0.86)	1.000
Rationeel vs. E-R	-1.00 (0.00)	-1.00 (1.41)	0.00 (0.71)	1.000
Rationeel vs. R-E	-1.00 (0.00)	-1.50 (2.12)	0.50 (0.88)	1.000
E-R vs. R-E	-1.00 (1.41)	-1.50 (2.12)	0.50 (0.91)	1.000

Bijlage 20 – Analyses bij Rampeffect = 0 One-Way ANOVA en Post Hoc Bonferroni

Tabel 61 One-Way ANOVA met Post Hoc Bonferroni bij Rampeffect Bereikbaarheid = 0

Reparatie-effect Bereikbaarheid (A vs. B)	Gem (SD)	Gem (SD)	Gem Verschil (A-B) (SD)	Sig.
Emotioneel vs. Rationeel	0.07 (0.46)	-0.05 (0.72)	0.11 (0.18)	1.000
Emotioneel vs. E-R	0.07 (0.46)	-0.07 (0.72)	0.14 (0.17)	1.000
Emotioneel vs. R-E	0.07 (0.46)	0.23 (0.59)	-0.16 (0.17)	1.000
Rationeel vs. E-R	-0.05 (0.72)	-0.07 (0.72)	0.03 (0.18)	1.000
Rationeel vs. R-E	-0.05 (0.72)	0.23 (0.59)	-0.28 (0.18)	0.777
E-R vs. R-E	-0.07 (0.72)	0.23 (0.59)	-0.30 (0.17)	0.469

Tabel 62 One-Way ANOVA met Post Hoc Bonferroni bij Rampeffect Samenhangendheid = 0

Reparatie-effect Samenhangendheid (A vs. B)	Gem (SD)	Gem (SD)	Gem Verschil (A-B) (SD)	Sig.
Emotioneel vs. Rationeel	-0.17 (0.78)	-0.08 (0.76)	-0.10 (0.23)	1.000
Emotioneel vs. E-R	-0.17 (0.78)	0.04 (0.53)	-0.21 (0.19)	1.000
Emotioneel vs. R-E	-0.17 (0.78)	-0.44 (0.64)	0.27 (0.19)	0.941
Rationeel vs. E-R	-0.08 (0.76)	0.04 (0.53)	-0.12 (0.23)	1.000
Rationeel vs. R-E	-0.08 (0.76)	-0.44 (0.64)	0.37 (0.23)	0.639
E-R vs. R-E	0.04 (0.53)	-0.44 (0.64)	0.48 (0.18)	0.060**

* Significant bij $p \leq 0.05$,

** Significant bij $p \leq 0.10$

Tabel 63 One-Way ANOVA met Post Hoc Bonferroni bij Rampeffect Beloftevolbrenging = 0

Reparatie-effect Beloftevolbrenging (A vs. B)	Gem (SD)	Gem (SD)	Gem Verschil (A-B) (SD)	Sig.
Emotioneel vs. Rationeel	0.32 (0.58)	-0.08 (0.67)	0.40 (0.25)	0.727
Emotioneel vs. E-R	0.32 (0.58)	0.00 (0.73)	0.32 (0.22)	0.945
Emotioneel vs. R-E	0.32 (0.58)	0.20 (0.77)	0.12 (0.24)	1.000
Rationeel vs. E-R	-0.08 (0.67)	0.00 (0.73)	-0.08 (0.25)	1.000
Rationeel vs. R-E	-0.08 (0.67)	0.20 (0.77)	-0.28 (0.27)	1.000
E-R vs. R-E	0.00 (0.73)	0.20 (0.77)	-0.20 (0.24)	1.000

Bijlage 21 – Analyses bij Rampeffect > 0 One-Way ANOVA en Post Hoc Bonferroni

Tabel 64 One-Way ANOVA met Post Hoc Bonferroni bij Rampeffect Bereikbaarheid >0

Reparatie-effect Bereikbaarheid (A vs. B)	Gem (SD)	Gem (SD)	Gem Verschil (A-B) (SD)	Sig.
Emotioneel vs. Rationeel	0.72 (0.84)	0.84 (1.21)	-0.12 (0.26)	1.000
Emotioneel vs. E-R	0.72 (0.84)	0.58 (0.78)	0.14 (0.25)	1.000
Emotioneel vs. R-E	0.72 (0.84)	1.11 (0.80)	-0.39 (0.22)	0.504
Rationeel vs. E-R	0.84 (1.21)	0.58 (0.78)	0.26 (0.27)	1.000
Rationeel vs. R-E	0.84 (1.21)	1.11 (0.80)	-0.27 (0.25)	1.000
E-R vs. R-E	0.58 (0.78)	1.11 (0.80)	-0.53 (0.24)	0.160

Tabel 65 One-Way ANOVA met Post Hoc Bonferroni bij Rampeffect Samenhangendheid >0

Reparatie-effect Samenhangendheid (A vs. B)	Gem (SD)	Gem (SD)	Gem Verschil (A-B) (SD)	Sig.
Emotioneel vs. Rationeel	0.97 (0.76)	1.04 (1.06)	-0.06 (0.23)	1.000
Emotioneel vs. E-R	0.97 (0.76)	0.91 (0.90)	0.06 (0.24)	1.000
Emotioneel vs. R-E	0.97 (0.76)	1.00 (0.96)	-0.03 (0.23)	1.000
Rationeel vs. E-R	1.04 (1.06)	0.91 (0.90)	0.12 (0.26)	1.000
Rationeel vs. R-E	1.04 (1.06)	1.00 (0.96)	0.04 (0.25)	1.000
E-R vs. R-E	0.91 (0.90)	1.00 (0.96)	-0.09 (0.26)	1.000

Tabel 66 One-Way ANOVA met Post Hoc Bonferroni bij Rampeffect Beloftevolbrenging >0

Reparatie-effect Beloftevolbrenging (A vs. B)	Gem (SD)	Gem (SD)	Gem Verschil (A-B) (SD)	Sig.
Emotioneel vs. Rationeel	1.22 (0.85)	1.07 (1.18)	0.15 (0.23)	1.000
Emotioneel vs. E-R	1.22 (0.85)	1.03 (1.09)	0.19 (0.21)	1.000
Emotioneel vs. R-E	1.22 (0.85)	1.18 (0.75)	0.04 (0.19)	1.000
Rationeel vs. E-R	1.07 (1.18)	1.03 (1.09)	0.04 (0.24)	1.000
Rationeel vs. R-E	1.07 (1.18)	1.18 (0.75)	-0.11 (0.22)	1.000
E-R vs. R-E	1.03 (1.09)	1.18 (0.75)	-0.15 (0.21)	1.000