

Zelfredzaamheid bevorderen door Facebook berichten.

Een onderzoek om door middel van het lezen van Facebook berichten risicogedrag te doen afnemen.

Colofon

Sophie Keizer
Bachelor Psychologie
s1563017

Juni 2017

Eerste begeleider:
Gutteling, dr. J.M. (Jan)
Psychologie Conflict, Risico en Veiligheid Universiteit Twente

Tweede begeleider:
Vries De, Dr. Ir. P.W. (Peter)
Psychologie Conflict, Risico en Veiligheid Universiteit Twente

UNIVERSITEIT TWENTE.

Abstract

This study has been one of the first to look into Self-reliance and Facebook likes/shares. Self-reliance is an important issue in this society nowadays. People need to learn more self-protecting behavior so they can rely on their own skills in risk situations. Researchers have shown that risk messages with a high self-efficacy helps to make people feel that they have their own skills to rely on in risk situations. Also, risk messages from police officers are helping people to become more aware of risks. It alerts people to search information about risk situations. Social media is a good way to reach people. This study looked at which Facebook messages works. There were two variables *self-efficacy* and *source* and four cases of messages. The participants were two times random linked to a Facebook message. The first stimulus (message) was about garbage and the second stimulus about burglary. After reading one Facebook message the participants were asked questions about liking or sharing the message and they were asked about the concepts risk perception, altruism, intention, bias and assessment of the Facebook message. Self-efficacy came out to be significant. Therefore self-efficacy is a good predictor for liking and sharing Facebook messages. Also the assessment of Facebook messages turned out to be a good predictor of liking and sharing a Facebook message. Intention was only a good predictor for liking the garbage stimulus. To conclude, if authorities want people to be more self-reliance through Facebook, they could use in this situation (garbage and burglary) messages that consist a high level of self-efficacy and messages with a good assessment.

Samenvatting

Dit onderzoek is vernieuwend omdat het kijkt naar Zelfredzaamheid en Facebook liken en delen. Zelfredzaamheid is een essentieel onderdeel in deze maatschappij. Door het huidige tijdperk van het veelvuldig gebruik van sociale media is dit een kanaal waarop de risico informatie kan worden gedeeld en het gedrag van mensen kan worden beïnvloed. Het doel van het huidige onderzoek is dan ook om erachter te komen welke risico informatie berichten via Facebook het beste werken om burgers zelfredzamer te maken. Om dit te onderzoeken, is er gebruikt gemaakt van een online enquête waarbij de participanten Facebookberichten moesten beoordelen. Deze berichten bestonden uit twee onafhankelijke variabelen *zelfeffectiviteit* (hoog en laag) en *bron* (politie en burger) zodat er vier casussen waren. Er waren twee stimuli (afval en inbraak) van berichten en bij elke stimuli konden de participanten aan een van de vier casussen worden gekoppeld. Naast vragen over liken, delen en reacties is er ook gekeken hoe participanten op concepten (risicoperceptie, intentie, altruïsme, vertekening en Facebook beoordeling) scoren. Uit de gegevens bleek een effect te komen van het liken en de mate van *zelfeffectiviteit*. Daarnaast bleek er een effect te zijn van het liken en delen en het *beoordelen van een Facebook* bericht. Het blijkt dat de *bron* van een bericht in dit onderzoek, niet uitmaakt voor het liken of delen van het bericht. *Intentie* bleek een significante voorspeller bij het liken bij de stimuli afval. Het is aan te raden dat de politie gebruik gaat maken van berichten met een hoge zelfeffectiviteit en eventueel gaat onderzoeken hoe het is om risico informatie over te laten brengen door burgers met betrekking op berichten over afval dumpen en inbraak preventie. Op deze manier kunnen sociale media worden gebruikt om burgers zelfredzamer te maken.

Voorwoord

Voor u ligt mijn scriptie: Zelfredzaamheid bevorderen door Facebookberichten. Met deze Bachelor scriptie rond ik mijn bachelor opleiding Psychologie aan de Universiteit Twente af. Graag wil ik mijn eerste begeleider Jan Gutteling bedanken voor de fijne samenwerking, ondersteuning en de tijd die in mij is geïnvesteerd. Daarnaast wil ik mijn tweede begeleider Peter de Vries bedanken voor de feedback en zijn tijd. De Politie Enschede bedank ik voor de beschikbaar gestelde informatie en Jitske de Vries voor haar hulp bij de statistiek.

Sophie Keizer
Enschede, Juni 2017

1. Inleiding

Al jaren is onderzoek gedaan naar risicoperceptie en hoe mensen zelfredzamer kunnen worden. Risicomijdend of -nemend gedrag is afhankelijk van deze risicoperceptie. Risicoperceptie is het inschatten van veiligheidsrisico's (Weber, Blais & Betz, 2002) en veel onderzoekers als Austin, Fisher en Jin (2012) benoemen dat het belangrijk is om naar de communicatie over deze veiligheidsrisico's meer onderzoek te doen. Deze communicatie wordt risicocommunicatie genoemd. Witte, Meyer en Martel (2000) beschrijven risicocommunicatie in termen van angst oproepen (fear appeals) om mensen te beïnvloeden bij de risico informatie overdracht. Er kan worden gedacht aan het brengen van berichten die zorgen voor gedragsverandering, waardoor mensen minder risiconemend gedrag gaan vertonen. Deze gedragsbeïnvloedende berichten gaan vooral via sociale media, omdat sociale media een groot bereik hebben (O'Keeffe & Clarke-Pearson, 2011). De evolutie van de internetbeschikbaarheid en mobiele apparaten zorgt ervoor dat de risicocommunicatie langs deze lijnen goed onderzocht moet worden. Taekke (2014) benoemt bijvoorbeeld dat organisaties op sociale media consistent moeten zijn in berichtgeving over risico's om de rust onder de burgers te bewaren. Sociale media zijn van groot belang om in te zetten bij communicatie over veiligheid, bijvoorbeeld bij het beheren van communicatie in crisissituaties (Veil, Buehner & Palenchar, 2011). Om kanalen als sociale media te begrijpen in het kader van zelfredzaamheid, is onderzoek van groot belang. In deze wetenschappelijke verslaglegging is onderzocht welke informatie berichten over risico's op sociale media werken om burgers te bereiken en ze hierdoor zelfredzamer te maken. Concluderend wordt onderzocht welke risico informatie berichten via één sociaal medium het beste werkt om burgers zelfredzamer te maken.

Theoretisch kader

1.1 Risicoperceptie & zelf-effectiviteit

Hoe burgers risicocommunicatie waarnemen is aan te duiden als risicoperceptie. Volgens Rohrmann (2008) is risicoperceptie het beoordelen en evalueren van risico's waar mensen mogelijk aan worden blootgesteld. Dergelijke waarnemingen sturen beslissingen over het omgaan met risico's en vormen een belangrijke invloed op gedrag voor, tijdens en na een ramp/risicosituatie (Rohrmann, 2008). Deze waarnemingen en interpretaties van risico informatie vormen een oordeel bij mensen, wat attitude wordt genoemd. Rohrmann (2008) heeft risicoattitude aangevuld, namelijk als een houding die mensen hebben tegenover risicosituaties en de afweging maken om deze situaties op een gunstige of ongunstige manier inschatten (Rohrmann, 2008). Een attitude is een belangrijk onderdeel van de parapluterm risicoperceptie. Rimal en Real (2003) beschrijven responsieve attitude als mensen die risico's inschatten en hierbij het idee hebben dat ze de vaardigheden hebben (positieve attitude) om goed met risico's om te gaan, zo zullen ze risico's adequater gaan inschatten.

Rimal en Real (2003) onderzochten dat mensen met een hoge responsieve attitude beschikken over een hoge zelf-effectiviteit (self-efficacy) en meer zelfbeschermend gedrag vertonen. Zelfeffectiviteit leidt tot zelfredzaamheid, beïnvloedt gedragskeuzes en is hiervoor een accurate voorspeller (Bandura, 1977). Bij het analyseren van risicogedrag kan het ASE

model van De Vries, Kuhlman en Dijkstra (1988) worden toegepast voor het analyseren van risicogedrag en de intenties die mensen hebben om keuzes te maken. Het ASE model is een adequaat en veel gebruikt model, het model staat voor attitude, sociale invloed en zelfeffectiviteit wat leidt tot bepaald gedrag of intentie tot gedrag. Met attitude wordt hier bedoeld, de houding ten opzichte van bepaald gedrag wat kan komen uit rationele of irrationele overtuigingen. Sociale invloed is de sociale norm, druk en steun die mensen ervaren van de maatschappij waarbij het waargenomen gedrag van anderen hoort. Zelfeffectiviteit is de inschatting die iemand maakt van zijn eigen mogelijkheden om een bepaald risiconemend of –mijdend gedrag te vertonen. Hoe groter deze inschatting hoe accurater de risico inschatting kan worden gemaakt. Bijvoorbeeld, mensen kunnen risico's zien als iets wat ze kan overkomen, alsof ze in een vliegtuig zitten en de piloot de beslissingen maakt of zijn ze ervan overtuigd dat risico's te controleren zijn door henzelf (De Vries et al, 1988). Deze drie kernwaarden van het ASE model maken de keuzes om risicosituaties in te schatten. Het ASE- model is overgenomen op de T.P.B (theory planned behavior) van Ajzen (1991) die veel uitgebreider is dan het ASE-model. In deze theorie wordt bepaald dat het geplande gedrag voor een groot deel afhankelijk is van motivatie en mogelijkheden. Dit betekent dat naast deze drie kernwaarden, motivatie en mogelijkheden (situatie afhankelijk) mede zorgen voor inschatten en het nemen van risico's.

Zelfeffectiviteit kan tevens worden uitgelegd in termen van interne en externe locus of control. De Locus van controle (zelfeffectiviteit) is onder anderen bestudeerd door Kormanic en Rocco (2009). Kormanic en Rocco (2009) beschrijven dat de overgang van externe (controle buiten jezelf plaatsen) naar interne locus van controle (controle zelf te sturen) vloeiend kan gaan, afhankelijk van de situatie (aard van de boodschap). Bij het inschatten van risico's en het maken van attitudes kunnen vertekeningen optreden. In het artikel van Sjöberg (2000) worden heuristieken benoemd die aanwezig kunnen zijn, bij het inschatten van risico's. Zo zijn er drie heuristieken, namelijk: representativiteit, verankering (anchoring) en de meest voorkomende is beschikbaarheid (availability). Keller, Siegrist en Gutscher (2006) benoemen ook het beschikbaarheidsheuristiek, wat inhoudt dat mensen het meest gemakkelijke ophaalbare informatie uit het geheugen gebruiken als een cue om gevaar in te schatten. Bijvoorbeeld als mensen vaak hebben gelezen dat een inbraak niet in hun woonwijk voorkomt dan wordt deze informatie als absoluut gezien bij het inschatten van de globale aantallen van woninginbraak. Sjöberg (2000) benoemt als factor van risicoperceptie dat mensen zichzelf anders inschatten dan familie, vrienden, of andere mensen met betrekking tot risicoperceptie. Het eigen risico wordt veel lager ingeschat dan voor andere mensen. Keller et al.(2006) beschrijven dat die risico's, waarbij de kans dat deze risico's zich daadwerkelijk voordoen relatief laag is, vaak worden onderschat.

Loewenstein, Hsee, Weber en Welch (2001) introduceerden de risico-als-gevoel-hypothese (risk as feeling hypothesis) waarmee wordt aangetoond dat emoties en cognities samen bepalend zijn voor risicoperceptie. Loewenstein stelt dat emoties bij een risico kunnen zorgen voor een rem in plaats van een kracht die ons helpt om effectief om te gaan met risico's. Hierbij gaat het vooral om blootstelling van catastrofale risico's. Hij zet de risico-als-gevoel-hypothese in om te verklaren hoe mensen keuzes maken bij risicoperceptie. De emotionele reactie op een risico is afhankelijk van een variatie factoren die cognitieve evaluaties beïnvloeden. Een belangrijk onderdeel hiervan is de levendigheid waarmee

mensen de risico's kunnen inbeelden, hoe erg kunnen ze zich voorstellen dat ze iets zou overkomen. De hypothese van Loewenstein et al. (2001) suggereert dat een emotionele reactie moet worden geconditioneerd en dat het belangrijk is om bij risico informatie overdracht mee te nemen dat het risiconemende gedrag kan komen uit opvattingen of attitudes. Dit gebeurt vaak onbewust, de mensen voelen angst zonder te weten dat ze ergens bang voor zijn waardoor tijdens het vormen van een opvatting of attitude deze gevoelens worden meegenomen. Deze hypothese spreekt daarbij over prosociaal gedrag en gevoelens van medeleven. Dit zal zich dan uiten in altruïstisch gedrag. Fehr en Fischbacher (2003) vonden, dat als mensen hoge verwachtingen hebben over altruïstisch gedrag van anderen, dit zorgt voor meer altruïstisch gedrag bij deze mensen zelf.

1.2 Sociale Media en risico's inschatten

Bij risico informatie overdracht spelen de sociale media een grote rol omdat dit kanalen zijn waar mensen veel aan worden blootgesteld als het gaat om risico informatie. In het onderzoek van Stubbe, Emmerik en Kerstholt (2017) komt naar voren dat informatie over risico's, invloed heeft op de beoordeling van feitelijke situaties. De informatie die wordt gegeven door communicatie wordt dus opgeslagen en gelijk toegepast als mensen met een vergelijkbare situatie in aanmerking komen. Burgers kunnen niet alleen op individuele bronnen vertrouwen. Informatiebronnen als sociale media hebben een sterke invloed op crisiscommunicatie (Gaspar, 2014). Het doel van risico informatie is het verschaffen van informatie aan burgers en die aanzetten om goed geïnformeerde keuzes te maken (risico mijdend gedrag). Risicocommunicatie moet worden gericht op behoeftes en verwachtingen van burgers om de zelfredzaamheid te vergroten, met het oog op zelfeffectiviteit verbetering kunnen overheidsinstanties met actuele en up-to-date informatie en duidelijke aanwijzingen de burgers inlichten. Deze informatie moet op een aansluitend kanaal worden gebracht en de berichten moeten effectief zijn.

In vele onderzoeken o.a. van Stubbe et al. (2017) blijkt dat mensen in crisissituatie andere mensen willen helpen. Uit het onderzoek van Yates en Paquette (2011) blijkt dat sociale media veelbelovend zijn voor het ondersteunen van risico informatie verschaffen en om individuen te ondersteunen in keuzeprocessen. In een ander onderzoek van Ling en Haynes (2012) is het effect van het sociale medium Facebook gemeten voor informatieverschaffing van overheidsinstanties bij een overstroming. Uit deze meting blijkt dat mensen die verkregen informatie nuttig en effectief vinden vervolgens actief gaan zoeken naar informatie of tips voor zelfbeschermend gedrag en werd de informele communicatie bevorderd door Facebook. In het onderzoek van Horst, Kuttscheuter en Gutteling (2006) blijkt dat vertrouwen in overheidsinstanties een grote indicator is voor het zorgen maken en overnemen van dergelijke berichten van deze instanties. Op basis van het onderzoek van Horst et al. (2006) valt te concluderen dat overheidsinstanties die berichten plaatsen werken als een trigger om risicocommunicatie over te nemen. Met 1,59 miljard actieve gebruikers heeft Facebook een enorm bereik (Facebook, 2016) waarvan de meeste mensen Facebook gebruiken voor het onderhouden van contacten, tijdverdrijven en entertainment (Hwang, 2017).

Concluderend uit de literatuur blijkt dat Facebook nuttig is om risico informatie over te brengen. Uit deze literatuur kan een onderzoeksvraag worden opgesteld namelijk: Wat

moeten risico informatie berichten bevatten om ervoor te zorgen dat mensen de risico informatie overnemen, waardoor ze uiteindelijk zelfredzamer worden. Het onderzoeken van deze risicocommunicatie en zelfredzaamheid probeert het gat in de literatuur hierover dicht te slaan.

1.3 Het huidige onderzoek

Overheidsinstanties willen risico informatie overbrengen aan de burgers met als doel burgers zelfredzamer te maken bij risicosituaties. In dit onderzoek wordt dit gedaan door middel van Facebook berichten. Met de theorie van Ajzen (1991) kan worden geconcludeerd dat mensen meer controle ervaren door berichten met hoge zelfeffectiviteit en dus zal hier positiever op worden gereageerd en intenties ontwikkeld worden om zelfbeschermend gedrag uit te voeren. Aan de hand van de hypothese van Loewenstein et al. (2001) is te verklaren dat berichten met levendige beelden vaker worden gedeeld en geliked dan andere omdat volgens Kormanik en Rocco (2009) externe en interne locus van controle een schuifbaar proces is, is het belangrijk om een situatie (bericht) te creëren waarbij mensen met een hoge externe locus van controle een verhoogde zelfeffectiviteit ervaren. Aan de hand van het ASE-model kan worden bevestigd dat berichten waarbij mensen het idee hebben hier invloed op te hebben (zelfeffectiviteit) positiever worden ontvangen. Dit uit zich in meer likes, deel keren en positieve reacties. Er zijn concluderend, twee casussen waarbij een bericht een hoge zelfeffectiviteit of lage zelfeffectiviteit kan bevatten.

Hypothese 1 : berichten met een hoge zelfeffectiviteit krijgen meer likes, deel keren en positieve reacties, dan berichten met een lage effectiviteit.

Om het vergroten van zelfredzaamheid te onderzoeken is het eerste concept risicoperceptie opgesteld. Omdat het proces van risicoperceptie leidt tot het zelfbeschermend gedrag of het risiconemende gedrag. Echter, in dit proces kunnen vertekeningen optreden zoals eerder beschreven aan de hand van de heuristieken representativiteit, verankering (anchoring) en de meest voorkomende is beschikbaarheid (availability). Sjöberg (2000) vult hier ook aan dat mensen eigen risico's lager inschatten dan die van anderen. Door de heuristieken is het belangrijk om het tweede concept vertekeningen (biassen) te onderzoeken. Een ander concept wat te maken heeft met zelfredzaamheid is altruïsme en dit is eerder uitgelegd in paragraaf 1.1 als emotionele responsen die op risico informatie geconditioneerd zijn, deze emotionele responsen bevorderen tot prosociaal gedrag. (Loewenstein et al, 2001). Dit activeert een emotionele reactie die aangeduid is als het derde concept, altruïsme (Loewenstein et al, 2001). Om het onderwerp zelfredzaamheid in kaart te brengen is intentie belangrijk. Met intentie wordt bedoeld dat mensen geneigd zijn informatie over te nemen en uiteindelijk door deze informatie het zelfbeschermend gedrag gaan vertonen. Het ASE model van De Vries et al. (1988) en de T.P.B. van Ajzen (1991) beschreven al eerder de drie kernwaarden die leiden tot intentie . Als laatste concept zijn vragen gesteld over het Facebook bericht zelf om te kijken hoe de Facebook berichten worden waargenomen. Yates en Paquette (2011) toonden aan dat Facebook veelbelovend is voor risicocommunicatie en om dit te onderzoeken. Dit kan worden gekoppeld aan de berichten van het huidige

onderzoek. Aan de hand van de eerder genoemde concepten zijn hypotheses opgesteld over welke berichten wel en niet goed zullen werken. Dit wordt uitgedrukt in het krijgen van likes, aantal deel keren en positieve reacties.

Hypothese 2: de concepten (risicoperceptie, intentie, altruïsme, vertekeningen en Facebookbeoordeling) hebben een samenhang met liken, delen en reacties plaatsen.

Aan de hand van de theorieën wordt beschreven dat berichten waarbij de nadruk ligt op het geen invloed hebben op gevaar /risico's, niet goed ontvangen zullen worden. Dit zal zich uiten in het minder liken, delen en positieve reacties plaatsen op deze berichten en geen voorspellende waardes van de concepten op het liken en delen en reacties plaatsen. Het is van belang dat er een andere afzender is van de Facebook berichten. Zo worden politieagenten in het onderzoek van Moretz (1980) beoordeeld als een waardevolle factor voor de samenleving. In het onderzoek van Hammond et al. (2008) blijkt dat politieagenten als instructeurs positiever worden geëvalueerd dan “gewone” instructeurs. Om te kijken of deze effecten ook voorkomen in berichtgeving op Facebook, wordt gekeken of hetzelfde bericht met andere afzender (politie of burger) verschil maakt in het beoordelen van de boodschap.

Hypothese 3: berichten van politieagenten krijgen meer likes, positieve reacties, aantal keer delen dan berichten van burgers.

2. Methode

2.1 Design

In het huidige onderzoek zijn Facebook berichten opgesteld door twee onafhankelijke variabelen namelijk, *zelfeffectiviteit* met twee niveaus (hoog en laag) en *bron* met twee niveaus (Politie, burger) en er is gebruik gemaakt van een between subject design (Tabel 1). Er zijn vier mogelijke casussen waar de participanten aan kunnen worden gekoppeld. In totaal zijn er twee stimuli waar de participanten aan worden blootgesteld, waardoor de participanten twee keer random aan een casussen zijn gekoppeld (dus beide keren random aan een van de vier casussen).

Tabel 1 : Een overzicht van het onderzoeksdesign

	Hoge Zelfeffectiviteit	Laag Zelfeffectiviteit
Politie	Politie/Hoog	Politie/Laag
Burger	Burger/Hoog	Burger/Laag

2.2 Participanten

In de data-analyse is gebruikt gemaakt van een convenience sample waarbij het aantal respondenten 172 is en de meeste participanten waren studenten van de Universiteit Twente. Deze studenten kregen SONA punten voor meedoen aan het onderzoek. De participanten mochten meedoen als ze een eigen Facebook account hadden en een leeftijd hadden van 18 jaar of ouder. Voor het onderzoek is een informed-consent ingevuld door de participanten en er zijn verder geen demografische gegevens meegenomen.

2.3 Procedure

Aan het begin van het onderzoek kregen de participanten een inleidende tekst waarin stond dat ze mee gaan doen aan een onderzoek over de best werkende Facebook berichten om risico informatie over te brengen van de politie. Het echte onderzoek ging over Facebook berichten die zijn opgesteld met hoge zelfeffectiviteit of lage zelfeffectiviteit (dus goed werkend vs minder goed werkend). De bron kon zijn van een agent of een burger (met het idee dat politieberichten het beter zullen doen). Het eerste bericht ging over afval. Daar werden de participanten random aan een van de casussen berichten gekoppeld met als stimulus afval. Aan de mensen werd gevraagd het Facebookbericht te beoordelen op verschillende concepten (intentie, attitude, risicoperceptie, vertekeningen en algemene vragen over het Facebookbericht). Dit waren vragen met een 5-punts Likert schaal

antwoordmogelijkheden. Op het eind werd aan de participanten gevraagd om het bericht te beoordelen qua stijl en of ze het zouden liken, delen of een reactie plaatsen. Deze laatste vragen waren dichotome vragen met reactiemogelijkheden, hierna werd de tweede stimulus aangeboden. Weer werden mensen random aan een casus bericht gekoppeld. Hierbij was de stimulus inbraak en kwamen weer vragen over de concepten en het liken enz. Aan het eind werd bij de debriefing vermeld dat er een manipulatie heeft plaatsgevonden zie Appendix 2 voor de gehele vragenlijst. De vragen zijn opgesteld om de concepten zo goed mogelijk te meten de concepten die gemeten worden zijn: risicoperceptie, intentie, altruïsme, vertekeningen, Facebook bericht beoordeling en de open vragen over het liken, delen of reageren op de berichten.

2.4 Opstellen Facebook berichten & meten van concepten

Er is een logboek van de politie Facebook bijgehouden (het gaat hier om de Facebookpagina's van Enschede, Almelo, Deventer en Apeldoorn). Daarnaast is een interview gehouden met de politie Enschede over het Facebook-account van de desbetreffende politie. Dit vooronderzoek samen is gedaan om de onderwerpen (stimulus) van de berichten te kiezen. Vanwege de hoeveelheid van politie berichten en pagina's, is er voor gekozen om de ontworpen Facebook berichten te maken vanuit een fictieve politieagent en een gewone burger. Er zijn twee aparte Facebook berichten waarbij per bericht vier casussen zijn waar de participanten aan kunnen worden gekoppeld. Dus twee keer (twee soorten stimulus) worden de participanten gekoppeld aan één van de casussen. De inhoud van de berichten worden gecreëerd door het vooronderzoek (logboek, interview) en de literatuur. De keuze voor twee soorten stimulus van Facebook berichten is gemaakt aan de hand van het logboek en interview en om de betrouwbaarheid te verhogen is er gekozen voor twee type stimuli. Uit het logboek is gebleken dat het onderwerp van berichten met de positiefste reacties vooral afval waarschuwingen en inbraakpreventie waren. Een bericht met een stimulus over inbraak kan een heftige reactie oproepen bij participanten die net een inbraak hebben meegemaakt. Daarom is er gekozen op nog een berichtonderwerp naar de stimulus afval te onderzoeken.

Hoge zelfeffectiviteit

Er zijn berichten met een hoge zelf-effectiviteit ontworpen met afbeeldingen om de emotionele respons van mensen aan te spreken (Loewenstein, 2001). Afbeeldingen waarbij een hevige emotionele respons wordt opgeroepen, bijvoorbeeld dieren die vast zitten in plastic afval of een grappig plaatje van André van Duin over oplichting, worden goed ontvangen. Tevens worden in de berichten mensen aangesproken op de grote controle die ze hebben op risico's en veiligheid. Mensen moeten worden aangesproken zodat ze het gevoel krijgen de controle zelf in handen te hebben (Kormanik & Rocco, 2009). Uit het logboek is versterkende informatie gevonden, zo zijn berichten op de Facebook van de politie die positief worden ontvangen zijn, vooral berichten waarbij burgers hebben geholpen bij o.a. reanimeren, opsporing. Tevens blijkt dat duidelijke oproepen van overheidsinstanties op Facebook veelal worden opgevolgd.

Uit het interview van de politie blijkt dat de berichten vooral bedoeld zijn voor informeren en waarschuwen, opsporing en de afstand verkleinen tussen politie en burger. De politie plaatst berichten met het doel om risico informatie zo goed mogelijk te laten overkomen, waardoor zelfredzaamheid wordt bevorderd. Een positief bericht (hoge zelfeffectiviteit) wordt dan gedefinieerd als een bericht dat veel likes, positieve reacties en vaak gedeeld wordt. Vooral door ‘pakkende foto’s, video’s, vlogs’ en ze gebruiken hashtags voor een groter bereik.

Criteria berichten hoge zelfeffectiviteit

De criteria voor de berichten met een hoge zelfeffectiviteit zijn: een duidelijke oproep (kort en daadkrachtig), interne locus van controle benoemen (dus vooral de eigen vaardigheden aanspreken), motivatie aanspreken om gewenst gedrag te gaan vertonen, het prosociaal gedrag benoemen en het benoemen dat burgers de samenleving veiliger kunnen maken. Daarbij wordt een afbeelding getoond bij het bericht. Er worden veel likes, reacties en deel keren getoond bij het bericht. De berichten zijn te zien in Appendix 1.

Lage zelfeffectiviteit

Berichten met een lage zelfeffectiviteit worden net als de goede berichten gemaakt aan de hand van het logboek, interview en het theoretische kader. Zo is naar voren gekomen dat te lange berichten niet goed worden ontvangen, wat te zien is aan een afwezigheid van likes, aantal keren delen en reacties. Daarbij worden berichten die vertekening gevoelig zijn ook niet goed ontvangen (Keller et al, 2006). Afwezigheid van afbeeldingen en video’s zorgen voor een mindere reactie van burgers (Loewenstein, 2001). Daarbij komt uit het logboek dat negatieve berichten over het uitschrijven van boetes voor afval dumpen het vaak niet goed doen. Dit kan weer worden gekoppeld aan het feit dat de interne locus van controle niet wordt aangesproken hierbij (Loewenstein, 2001) en het feit dat berichten over boetes slecht worden ontvangen komt ook uit het interview naar voren.

Criteria berichten lage zelfeffectiviteit:

Voor berichten met een lage zelfeffectiviteit zijn de criteria: het bericht vertekening gevoelig schrijven, negatieve emoties aanspreken en de externe locus van controle aanspreken. Er wordt geen afbeelding bij het bericht getoond. Er worden weinig likes, reacties en deel keren getoond bij het bericht, de berichten zijn te zien in Appendix 1.

2.5 Analyse

Er zijn twee onafhankelijke variabelen (effectiviteit van bericht vs bron van bericht) met twee niveaus (hoge zelfeffectiviteit/lage zelfeffectiviteit vs politie/burger). De concepten (risicoperceptie, intentie, altruïsme, vertekeningen, vragen naar het Facebook bericht) worden ook als onafhankelijke variabelen genomen en de open vragen over het liken, delen of reageren op de berichten worden als afhankelijke variabelen genomen. Na het verzamelen van de data zijn de gegevens statistisch onderzocht. Uit de data bleek dat sommige participanten niet het hele onderzoek hebben afgemaakt of geen Facebook account hebben, dit levert missing values op en daarom is de keuze gemaakt deze specifieke participanten niet mee te nemen in de data analyse. Dit aantal was 43 participanten waardoor er 152 participanten over bleven waar bruikbare gegevens van kunnen worden gebruikt. Daarbij had een aanzienlijke hoeveelheid participanten geen reactie gegeven bij de open vragen. Uiteindelijk bleven er 34 reacties over waarmee eventueel analyses kunnen worden gedaan. Het bleek dat de participanten die niet hebben gereageerd ook weinig hebben geliked en gedeeld. Hierdoor is de afweging gemaakt om de open vragen niet te analyseren.

Bij de stimuli afval en inbraak is gekeken naar de betrouwbaarheid. Het eerste concept bij stimulus afval was *risicoperceptie* bestaat uit vijf items. Wegens negatieve interne item correlaties (ook na het om schalen van de desbetreffende items) is er voor gekozen om drie items te gebruiken. Tevens bleken er uit een factoranalyse twee concepten te bestaan uit de items. Uit de factoranalyse van de twee items bleken er twee factoren gemeten te worden. Dit waren de vragen “*Heeft u wel eens afval op straat gegooid?*” En “*heeft u wel eens een boete gehad voor afval op straat gooien?*” Hierdoor is de betrouwbaarheid (Cronbach's alpha = .77) voldoende om tot een schaal te maken van de gemiddelden van de drie items. Bij de tweede stimuli inbraak is het concept *risicoperceptie* gemeten door vijf items. Een zesde item “*Hoe groot u de kans dat de dader wordt gepakt als er bij u wordt ingebroken?*” is niet meegenomen in de analyses omdat deze niet gunstig is voor de betrouwbaarheid. De betrouwbaarheid (Cronbach's alpha = .38) is onvoldoende maar vanwege het belang om het concept te analyseren is ervoor gekozen om deze mee te nemen in de verdere analyses. Vandaar is er een gemiddeld gewogen schaal gemaakt met de vijf items.

Bij het tweede concept van de stimulus afval *intentie* zijn er drie items die dit concept meten. De betrouwbaarheid (Cronbach's alpha = .62) is voldoende en daarom is er een nieuwe schaal met de gemiddelden gemaakt. Op de stimulus inbraak is het concept *intentie* gemeten door drie items, waarbij de betrouwbaarheid (Cronbach's alpha = .67) voldoende is om een gewogen gemiddelde van de items te maken.

Bij het derde concept is *altruïsme* gemeten door drie items op de stimulus afval. Deze betrouwbaarheid (Cronbach's alpha = .22) is niet voldoende. Er is gekeken naar de inter-item correlaties tussen de items. Deze bleek tussen item 1 en 3 .15 te zijn. Bij de stimulus inbraak is het concept *altruïsme* is gemeten door drie items. Hier waren twee items negatief gesteld waardoor deze twee items zijn om geschaald. Vanwege validiteitsverhoging is de keuze gemaakt om het derde item “*Denkt u dat mensen waarbij wordt ingebroken deels daar zelf verantwoordelijk voor zijn (geen goede preventieve maatregelen genomen?)*” te verwijderen. Hierdoor is de betrouwbaarheid (Cronbach's alpha = .61) voldoende om een gewogen gemiddelde schaal te maken van de items.

Het vierde concept *vertekening* is bij stimulus afval gemeten door drie items. De

betrouwbaarheid (Cronbach's alpha = .25) is niet voldoende maar er is ook gekeken naar de inter-item correlatie. De bleek tussen item 1 en 3 .30 te zijn. Het concept *vertekening* is bij de stimulus inbraak gemeten door vier items. De betrouwbaarheid (Cronbach's alpha = .46) is niet voldoende maar in het belang van het onderzoek wordt er toch een gemiddelde schaal gemaakt van de items.

Het laatste concept is bij de stimulus afval *Facebook beoordeling* waarbij vijf items waren. De betrouwbaarheid (Cronbach's alpha= .78) is voldoende om een gemiddeld afgewogen schaal te maken van de items. Bij de stimulus inbraak is het concept *Facebook* gemeten door vijf items waarbij de betrouwbaarheid (Cronbach's alpha= .81) voldoende is om een gemiddelde schaal te maken met de items.

Tabel 2: Correlaties tussen de samengevoegde concepten (N=152)

concepten	mean	SD	items	Cronbach's Alpha	1.	2.	3.	4.	5.
1.Risico perceptie	2,64	0,62	5	.57	1				
2.Intentie	3,35	0,65	6	.61	-,01	1			
3.Altruïsme	2,61	0,61	5	.28	,04	-,02	1		
4.Vertekening	3,22	0,42	7	.43	,02	,16	-,21**	1	
5.Facebook beoordeling	3,08	0,57	10	.79	,18*	,44**	-,06	,16*	1

* Correlatie is significant op een niveau van 0.05 (2-zijdig)

** Correlatie is significant op een niveau van 0.01 (2-zijdig)

Om te kijken hoe de correlaties zijn tussen de concepten van stimulus afval en stimulus inbraak is hier een correlatietabel van gemaakt, te zien in tabel 3 en 4. Uit de correlatietabellen van de concepten komen correlaties tussen de concepten van Facebookbericht één (stimulus afval) en die van Facebookbericht twee (stimulus inbraak).

De correlaties zijn niet heel sterk. Uit tabel 3 blijkt dat Facebookbeoordeling de beste correlaties heeft met de andere concepten. Uit tabel 4 blijken de correlaties onderling groter te zijn. Hierbij is Facebookbeoordeling weer een van de concepten met de sterkste correlaties onderling.

Er is hiernaast gekeken naar de correlaties van de concepten te samen genomen (dus stimulus afval en inbraak samen). Uit de concepten *risicoperceptie* (stimulus één en twee) blijkt een correlatie te zijn van $-.06$. Deze lage correlatie maakt dat de concepten apart worden samengevoegd tot twee gemiddelde schalen. Risicoperceptie stimulus afval en risicoperceptie stimulus inbraak. Bij concept *intentie* is tevens gekeken naar de correlatie waaruit bleek dat er een correlatie is van $.16$. Door deze lage correlatie worden er twee gemiddelde schalen gemaakt. Bij concept *altruïsme* is de correlatie $.16$, waardoor dit concept gescheiden tot twee gemiddelde schalen wordt gemaakt. Het concept *vertekening* heeft een correlatie van $.15$, waardoor dit concept apart wordt gemaakt tot twee gemiddelde schalen. Het laatste concept *Facebook beoordeling* heeft een onderlinge correlatie van $.99$. Deze correlatie is erg hoog, toch is de keuze gemaakt ook dit concept tot twee schalen te maken.

Tabel 3: Correlaties tussen concepten stimulus afval (N=152)

	Risicoperceptie	Intentie	Altruïsme	Vertekening	Facebook beoordeling
Risicoperceptie	1	$-.21^{**}$	$-.18^*$	$-.17^*$	$.04$
Intentie	$-.21^{**}$	1	$-.05$	$.24^{**}$	$.19^*$
Altruïsme	$.18^*$	$-.05$	1	$-.21^*$	$-.06$
Vertekening	$-.17^*$	$.24^{**}$	$-.21^*$	1	$.16$
Facebookbeoordeling	$.04$	$.19^*$	$-.06$	$.16$	1

* Correlatie is significant op een niveau van 0.05 (2-zijdig)

** Correlatie is significant op een niveau van 0.01 (2-zijdig)

Tabel 4: Correlaties tussen concepten stimulus inbraak (N=152)

	Risicoperceptie afval	Intentie afval	Altruïsme afval	Vertekening afval	Facebook beoordeling afval
Risicoperceptie inbraak	1	,39**	-,24**	,12	,25**
Intentie inbraak	,39**	1	-,06	-,02	,32**
Altruïsme inbraak	-,24**	-,06	1	-,29**	-,13
Vertekening inbraak	,12	-,02	-,29**	1	,13
Facebookbeoordeling inbraak	,25**	,32**	-,13	,13	1

** Correlatie is significant op een niveau van 0.01 (2-zijdig)

3. Resultaten

3.1 Descriptieve analyses

Als onafhankelijke variabelen zijn de variabelen mate *zelfeffectiviteit* en *bron* vergeleken met de afhankelijke variabelen *liken* en *delen* op stimulus afval en stimulus inbraak. De eerste hypothesen gingen over het *liken* en *delen*. De hypothese is dat berichten met een hoge zelfeffectiviteit en waarbij de bron van politie is, meer worden geliked en gedeeld. Om dit te onderzoeken is er gebruik gemaakt van een Chi kwadraat test. Dit is gedaan door crosstabs te gebruiken.

Tabel 5 : Facebookbericht 1, stimulus afval likes tabel 1 (N=152)

Mensen die hebben geliked FB1	Bron politie	Bron burger
Hoge zelfeffectiviteit (% van totaal aantal likes)	13 (39,4%)	13(39,4%)
Lage zelfeffectiviteit (% van totaal aantal likes)	2 (6,1%)	5 (15,2%)

Tabel 6 : Facebookbericht 1, stimulus afval delen tabel 2 (n=152)

Mensen die hebben gedeeld FB1	Bron politie	Bron burger
Hoge zelfeffectiviteit (% van totaal aantal likes)	3 (27,3%)	5 (27,3 %)
Lage zelfeffectiviteit (% van totaal aantal likes)	2 (18,2%)	1 (9,1%)

Tabel 7 : Facebookbericht 2, stimulus inbraak like tabel 3 (N=152)

Mensen die hebben geliked FB2	Bron politie	Bron burger
Hoge zelfeffectiviteit (% van totaal aantal likes)	14 (32,6%)	8 (18,6 %)
Lage zelfeffectiviteit (% van totaal aantal likes)	10 (23,3%)	11 (25,6%)

Tabel 8: Facebookbericht 2, stimulus inbraak delen tabel 4 (N=152)

Mensen die hebben gedeeld FB2	Bron politie	Bron burger
Hoge zelfeffectiviteit (% van totaal aantal likes)	4 (26,7%)	4 (26,7%)
Lage zelfeffectiviteit (% van totaal aantal likes)	2 (13,3%)	5 (33,3%)

3.2 Toetsen hypotheses

Uit de tabellen zijn er verschillende conclusies op te maken. Bij stimulus afval blijkt dat de meeste likes en deel keren worden gedaan wanneer het bericht een hoge zelfeffectiviteit bevat. Uit stimulus inbraak blijkt dat er meer wordt geliked als het bericht afkomstig is van een politieagent, terwijl er bij aantal deel keren blijkt dat het meest wordt gedeeld als het bericht afkomstig is van een burger. Om te kijken of deze effecten significant zijn, is er gebruik gemaakt van een ANOVA analyse. In deze analyse wordt gekeken naar hoofdeffecten en interactie effecten tussen de variabelen *bron* en *zelfeffectiviteit*. Er is gekozen voor ANOVA omdat hier de zelfeffectiviteit en bron kunnen worden vergeleken met het liken en delen. Deze analyse is gedaan door univariatie variantie analyse waarbij de *bron* en *zelfeffectiviteit* onafhankelijke variabelen zijn en het liken en delen afhankelijke variabelen. Hier is eerst gekeken naar het liken van de facebook stimulus afval. Hieruit kwam dat bij de *bron* ($F(1,152) = 2,32$, $p = 0,13$) geen significant effect is. Bij *zelfeffectiviteit* blijkt wel een significant effect te komen. ($F(1,152) = 12,94$, $p = 0,00$) Hieruit blijkt dat zelfeffectiviteit een significante relatie heeft met liken. Uit tabel 5 en tabel 6 komt dit duidelijk naar voren. Hierdoor is zelfeffectiviteit een goede voorspeller bij het inschatten van het liken op een bericht. Er bleek uit deze analyse geen interactie effect te komen. ($F(1,152) = 1,13$, $p = 0,72$). Bij deel keren bleek er bij zowel *bron* als *zelfeffectiviteit* geen significant effect te bestaan. Dit komt mede door het geringe aantal deel keren, zoals te zien in tabel 6.

Bron ($F(1,152) = ,46, p=0,50$), *zelfeffectiviteit* ($F(1,152)= 2,28, p=0,13$), *interactie* ($F(1,152)= 2,03, p=0,16$).

Bij stimulus inbraak zijn de likes vergeleken. In tabel 7 is te zien dat er meer geliked is dan bij stimulus afval, ondanks het hogere aantal zijn geen significante verschillen ontdekt. Dit kan weliswaar komen door de geringe verschillen tussen de aantallen te zien in de tabel. *Bron* ($F(1,152) = 1,20, p=0,78$), *zelfeffectiviteit* ($F(1,152)=,19, p=0,67$), *interactie* ($F(1,152)=,64, p= 0,43$). In tegenstelling met de likes bij stimulus inbraak, is het aantal deel keren gering. Uit de analyse blijkt geen significant te bestaan. Hier zijn kleine verschillen in het aantal deel keren wat een verklaring hiervoor kan zijn. *Bron* ($F(1,152)= ,51, p= 0,48$), *zelfeffectiviteit* ($F(1,152)= ,24, p= 0,63$), *interactie* ($F(1,152)=,28 , p= 0,59$).

3.3 Aanvullende analyses

Als laatste is er een analyse gedaan om te kijken of er een effect is tussen de concepten en het liken/delen. Hier is er gebruik gemaakt van logistische regressie analyse omdat de schalen met elkaar kunnen worden vergeleken.. Deze concepten (onafhankelijke variabelen) worden vergeleken met het liken/delen (afhankelijke variabelen). Als eerste is er naar het liken van stimulus afval gekeken met de daarbij horende concepten. Hier bleek dat op de schaal *Facebook beoordeling* ($\beta = -,84, p=0,02$) een significant effect te zijn (Tabel 9). *Intentie* bleek ook een significante voorspeller te zijn ($\beta = -,83, p=0,01$). Daarbij bleken de Beta's van de significante concepten van negatieve waarde te zijn. De concepten samen hebben een voorspellende waarde van 0,20. (Nagelkerke R Square). Er bleek ook een significant effect te zijn op het delen op stimulus afval ($\beta = -1,4; p=0,03$) maar voor de andere concepten was dit niet het geval. Voor het liken op stimulus inbraak bleek een significant effect te zijn op het concept *Facebook beoordeling* ($\beta = -1,6 ; p=0,00$). Het delen van stimulus inbraak bleek niet significant te zijn met de concepten. Hieruit kan worden opgemaakt dat Facebook Beoordeling een betrouwbare voorspeller is voor het inschatten van likes en deels de deel keren op een Facebookbericht (stimuli afval en inbraak). Hierbij kan worden aangevuld dat intentie een betrouwbare voorspeller is bij het liken van de stimulus afval.

Tabel 9: Liken van Facebookbericht (stimulus afval) één en de concepten van afval (N=152)

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Afval Risicoperceptie	,29	,26	1,26	1	0,26	1,34
Afval Intentie	-,83	,29	7,94	1	0,01	,44
Afval Altruïsme	-,09	,31	,08	1	0,78	,92
Afval BIAS	,82	,42	3,77	1	0,05	2,26
Afval Facebook beoordeling	-,84	,36	5,54	1	0,02	,43
Constant	4,23	2,2	3,58	1	0,06	68,61

Nagelkerke R-square: ,20

4. Discussie

4.1 Uitkomsten

Concluderend is er alleen bij stimulus afval en zelfeffectiviteit een significant verband gevonden. Dit betekent dat berichten met hoge zelfeffectiviteit zorgen voor een risicoperceptie proces waarbij er voor wordt gekozen om te gaan liken. De onafhankelijke variabele zelfeffectiviteit voorspeld dus het liken in deze situatie. Uit de tabellen blijken hier de grootste verschillen te zijn, opvallend is dat bij stimulus inbraak meer likes zijn. Een verklaring hiervoor kan zijn dat inbraak een heftigere emotionele respons oproept dan bij afval waardoor mensen behoefte voelen om hierop te liken. Maar bij stimulus afval is in de groep hoge zelfeffectiviteit een plaatje van een verstrikte egel, dit kan een compassie opbrengen bij mensen waardoor mensen die in deze groep zaten het meer liken. De meeste concepten zijn geen betrouwbare voorspellers voor het liken of delen van berichten en er is dus geen samenhang gevonden. Het blijkt dat de beoordeling van een Facebookbericht voorspellend is voor het bericht te liken of delen. Behalve bij het delen voor de stimulus inbraak. De onafhankelijke variabele Facebook beoordeling blijkt voorspellend te zijn voor het liken en delen (afhankelijke variabelen). Hieruit kan worden gezegd dat positieve Facebook beoordeling zorgt voor het liken en delen van berichten in deze situatie, dit duidt op een positieve samenhang. Daarbij is de onafhankelijke variabele intentie significant bij stimulus afval voor het liken. Dit onafhankelijke concept heeft een positieve samenhang met het liken in deze specifieke stimuli situatie (afhankelijke variabelen). Dit betekent dat mensen die berichten lezen over afval waarschuwingen, een intentie hebben om risicomijdend gedrag te vertonen. Door een positieve intentie na het lezen van een bericht blijkt dat deze mensen het bericht gaan liken.

Kijkend naar de eerste hypothese (berichten met een hoge zelfeffectiviteit krijgen meer likes, deel keren en positieve reacties, dan berichten met een lage effectiviteit) kan deze deels worden bevestigd. Zelfeffectiviteit is een goede voorspeller voor het liken in de afval stimulus en hiermee wordt bedoeld dat berichten waarbij de eigen controle wordt aangesproken (in termen van risicoperceptie) eerder worden geliked. Het zelfbeschermend gedrag wordt goed geuit bij berichten over afval waar de zelfeffectiviteit hoog is. Dus bij berichten over afval maakt het wel uit welke mate van zelfeffectiviteit het bericht bevat.

Bij de tweede hypothese werd onderzocht of de concepten (risicoperceptie, intentie, altruïsme, vertekeningen en Facebook beoordeling) samenhangend zijn voor het liken en delen. Deze hypothese kan niet helemaal worden aangenomen omdat de meeste concepten van geen voorspellende waarde zijn voor het liken en delen. Facebook berichten beoordelen blijkt wel een voorspellend concept te zijn bij het liken en delen. Hieruit kan worden opgemaakt dat het positief beoordelen van Facebookberichten zorgt voor meer likes en deel keren, in termen van afval en inbraak stimuli. Intentie is daarbij slechts alleen voor liken bij afval berichten significant.

De laatste hypothese is dat berichten van autoriteiten (politieagenten) meer likes, positieve reacties, aantal keer delen krijgen) dan berichten van burgers. Dit kan niet worden aangenomen want er is geen significant verschil tussen de bron van het Facebookbericht en het liken en delen. Het maakt blijkbaar geen verschil als het bericht afkomstig is van politie of burgers bij het overbrengen van risicocommunicatie in deze specifieke context.

4.2 De significante effecten generaliseren

Dit onderzoek is onderscheidend door het meten van psychologische concepten en het effect op liken. Het geeft tegengewicht aan de huidige onderzoeken over Facebook. Door het onderscheiden van zelfeffectiviteit en bron is het veelzijdiger geworden. Zelfeffectiviteit is een accurate voorspeller gebleken in dit specifieke onderzoek naar liken, delen en risico informatieverstopping. Eerdere onderzoeken van Bandura (1977) gaven aan dat zelfeffectiviteit een goede voorspeller is voor het zelfredzamer worden van mensen. Korman en Rocco (2009) vonden hierbij dat interne zelfeffectiviteit (locus of control) wordt vergroot door een situatie. De hoge zelfeffectiviteit Facebookberichten bevatten tevens een afbeelding. Uit het onderzoek van Kim en Sung-Un (2017) blijkt dat Facebookberichten met afbeeldingen meer worden geliked dan berichten zonder afbeelding. Deze bronnen verklaren deels dat zelfeffectiviteit vergroten afhankelijk kan zijn van het waarnemen. De berichten waarnemen kan indirect mensen helpen een hogere zelfeffectiviteit te krijgen waardoor mensen indirect zelfredzamer van kunnen worden.

De Facebook beoordeling bleek significant te zijn met het liken en delen van de stimuli. Het is een logisch effect aangezien, berichten die positiever worden beoordeeld eerder worden geliked en gedeeld en mensen liken of delen niet berichten die ze niet positief beoordelen. Deze significantie geeft wel aan dat de opgestelde Facebookberichten betrouwbaar zijn. Als het niet zo was dat mensen de berichten die ze goed vonden liken of delen, zijn de berichten blijkbaar niet valide opgesteld. Alleen bij het delen van stimulus inbraak bleek geen significant effect dit kan komen omdat inbraak delen te expliciet is om op een tijdlijn te delen. De intentie bleek bij de stimulus afval significant te zijn wat kan komen omdat in de stimulus afval een plaatje van een verstrikte egel zat, waardoor mensen een soort sociale druk ervaarden om het bericht te liken en het gedrag te veranderen om dit te voorkomen (De Vries et al, 1988).

4.3 Uitblijven significantie

Er zijn vele verwachtingen niet significant gebleken zo is de bron van een bericht blijkt geen accurate voorspeller gebleken. In het onderzoek van Hammond et al. (2008) bleek wel een significant effect te zijn met het beoordelen van politieagenten vs burgers. Echter, dit onderzoek was een real life onderzoek en het huidige onderzoek een online vragenlijst. Het zou kunnen dat het politie effect alleen echt goed werkt als er expliciet een politieagent wordt waargenomen en niet via een Facebookbericht.

Daarnaast zijn de andere concepten niet significant. De verwachting was dat mensen die hoog scoren op de concepten ook meer zullen liken en delen, dit effect is niet aangetoond. *Risicoperceptie* is moeilijk te manipuleren in het onderzoek. Participanten moeten bij het lezen van één bericht een inschatting van het risico maken. Nu is het lastig om deze inschatting te maken als mensen aan een onderzoek meedoen en weten dat het een onderzoek is. De perceptie kan tevens lastiger worden ingeschat door Facebook. Het ervaren van een hoge zelfeffectiviteit door risicoperceptie werkt beter in direct onderzoek waarbij de blootstelling aan risico informatie real life is (Arezes & Miguel, 2008). Het tweede concept

intentie bleek tevens geen effect te hebben op het liken en delen. Uit het ASE model van De Vries et al.(1988) blijkt dat intentie afhankelijk is van verschillende concepten die waarschijnlijk uit alleen Facebookberichten niet goed naar voren komen. Het derde concept *altruïsme* bleek tevens geen significant effect te hebben. Mogelijk is het prosociale gedrag niet goed genoeg aangesproken wat zorgt voor altruïstisch gedrag (liken) (Fehr & Fischbacher,2003) . Daarbij is onderzoek naar altruïsme het beste als het wordt gedaan in de vorm van een ingenieus experiment (Batson, 2011). Het vierde concept *vertekening* bleek geen significant effect te hebben. Sjoberg (2000) heeft verschillende vertekeningen onderzocht. Door deze brede reikwijdte van het concept kan het zijn dat vertekening een te diffuus begrip is geworden. Wat ook opvalt is dat de correlaties bij tabel 3 beter zijn dan bij tabel 4. Dit kan komen omdat de participanten de tweede keer als wisten wat ze kunnen verwachten en daardoor de vragen beter (consistenter) hebben ingevuld.

4.4 Beperkingen

Aan het huidige onderzoek kleven een aantal beperkingen. Ten eerste zijn geen demografische gegevens meegenomen in het onderzoek. Dit is bewust gedaan om de anonimiteit te maximaliseren wat als gevolg heeft dat er nu geen uitspraken kunnen worden gedaan over de verschillen in de demografische gegevens. Daarbij is het reactie geven niet meegenomen in de analyses omdat mensen hiervoor te weinig input voor hebben gegeven. Ten derde is er mogelijk geen duidelijk onderscheid gemaakt tussen de politie en de burger. Het effect van bron is uitgebleven wat kan komen door te weinig benadrukken in de berichten waar de bron afkomstig van is. Ten vierde is tijdens het maken van schalen naar voren gekomen dat de alpha's niet allemaal even hoog zijn. Dit kan komen doordat de items te breed zijn opgesteld waardoor de validiteit afnam.

4.5 Vervolgonderzoek

Het onderzoek naar liken en delen en zelfredzaamheid is veelbelovend. Aangezien het onderzoek hierin nog gering is, is het belangrijk om onderzoek hierna te intensiveren. Onderzoek naar een specifiek Facebook onderwerp (stimulus) kan zorgen voor betrouwbare data van de concepten. Liken is een proces wat emotioneel gedreven is en reacties geven niet (Kim & Sung-Un, 2017). In hetzelfde onderzoek van Kim en Sung-Un (2017) blijkt dat het delen zorgt voor een significante verhoging op het liken. Het is belangrijk om in toekomstig onderzoek hierna een duidelijk onderscheid te maken en meer onderzoek te verrichten naar het onderscheid in liken, delen en reacties geven. Cho, Schwickart en Haase (2014) kwamen tot de conclusie dat een verschil in organisatiebetrokkenheid uitmaakt voor het beoordelen van een bericht. Dit kan in vervolgonderzoek mee worden genomen door te kijken hoe bijvoorbeeld de politie haar eigen organisatie naar voren brengt op sociale media.

4.6 Conclusie

De conclusie van het huidige onderzoek is dat de hoogte van zelfeffectiviteit bevorderend is voor het liken van Facebookberichten over de stimuli afval en inbraak. Dit is volgens de eerdere theorieën een verwacht effect. Zelfeffectiviteit is in andere onderzoeken ook een betrouwbare indicator voor gedragsverandering (Bulgan & Çiftçi, 2017) en in het huidige onderzoek is zelfeffectiviteit een betrouwbare voorspeller gebleken voor het liken van Facebookberichten. Dit liken kan een indicator zijn van gedragsverandering, namelijk liken is het bewust kiezen om een statement openbaar te maken. Dit kan te maken hebben met de eerdere theorie van het ASE model dat mensen een sociale druk voelen om te liken (De Vries et al, 1988)

De beoordeling van een Facebook bericht is voorspellend voor het liken en deels van het delen van Facebookberichten waarbij er stimuli over afval en inbraak worden gegeven. Dit betekent dat liken en delen afhankelijk is van hoe goed mensen het Facebook bericht vinden. Risicocommunicatie kan een groter bereik krijgen als de Facebookberichten goed in elkaar zitten, waardoor de likes en deelkeren omhoog gaan. De criteria die zijn gebruikt om de Facebookberichten op te stellen zijn door de positieve resultaten veelbelovend om te gebruiken in andere theorieën en onderzoeken over sociale media.

Intentie is voorspellend voor het liken van stimulus over afval. Het liken en delen is afhankelijk van de intentie om de boodschap over te nemen. In een ander onderzoek is gekeken of intentie kan worden gemanipuleerd voor marketing doeleinden (Zhu, Wang, Wang & Wan, 2016). De intentie kan voor risico informatie ook worden gemanipuleerd om te kijken of de intentie kan worden gevormd om risicomijdend gedrag aan te moedigen. Deze bevindingen kunnen worden gebruikt door bijvoorbeeld politie op sociale media om burgers zelfredzamer te maken. Daarom wordt ook aanbevolen om op Facebook gebruik te maken van berichten met hoge zelfeffectiviteit en afbeeldingen die emotionele reacties oproepen. Tevens kan er worden gekeken of er onderscheid is in politie of burgers die risico informatie over brengen.

Referenties

- Ajzen, I. (1985). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50(2), 179–211.
- Austin, L., B. F. Fisher Liu, and Y. Jin. (2012). “How Audiences Seek Out Crisis Information: Exploring the Social-mediated Crisis Communication Model.” *Journal of Applied Communication Research* 40,188–207
- Arezes, P.M. & Miquel, A.S. (2008) Risk perception and safety behaviour: A study in an occupational environment. *Safety Science* 46 (6), 900-907
- Bandura,A. (1977) Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review* 84 (2), 191-215
- Batson,D.C.(2011) *Altruism in humans*. Retrieved from shareill.org/freebooks/download/asin=0195341066&type=full
- Bulgan,G., Çiftçi,A. (2017) Psychological adaptation, marital satisfaction, and academic self-efficacy of international students. *Journal of international students*, 7(3), 687-702
- Cho,W., Schweickart,T., & Haase,A. (2014). Public engagement with nonprofit organizations on Facebook. *Public Relation Review*. 40 (3), 565-567
- Facebook, Company info: Facebook newsroom, Retrieved from [.https://newsroom.fb.com/company-info/](https://newsroom.fb.com/company-info/)
- Fehr, E., & Fischbacher, U. (2003). The nature of human altruism. *Nature*. 425, 785-791
.doi:10.1038/nature02043
- Gaspar,R., Gorjao,S., Seibst,B., Lima,L., Barnett,J., Moss,A., & Wills,J. (2014) Tweeting during food crisis, an psychosocial analyses of threat coping expressions in Spain, during the 2011 European EHEC outbreak. *International Journal of human-computers studies* 72 (2), 239-254
- Hammond,A., Sloboda,Z., Tonkin,P., Stephens,R., Teasdale,B., Grey,S.F., & Williams,J. (2008).Do adolescents perceive police officers as credible instructors of substance abuse prevention programs? *Health Education Research* 23(4), 682-696
- Horst, M., Kuttschreuter, M., & Gutteling,J.M. 2006. Perceived usefulness, personal experiences, risk perception and trust as determinants of adoption of e-government services in The Netherlands. Elsevier. *Computers in Human Behavior* 23, 1838–1852

- Hwang, H.S. (2017). The Influence of personality traits on the Facebook Addiction. *KSSII Transactions on internet and information systems*. 11(2)
- Keller, C., Siegrist, M., & Gutscher, H. (2006) The Role of the Affect and Availability Heuristics in Risk Communication. *Risk Analyses* 126 (3), 631-639
- Kormanik, M.B., & Rocco, T.S. (2009) Internal Versus External Control of Reinforcement: A Review of the Locus of Control Construct. *Human Resource Development Review*. 8 (4), 463-483
- Kim, C., & Sung-Un, Y (2017) Like, comment, and share on Facebook: How each behavior differ from the other. *Public relation review*, 42, 441-449
- Ling, M., & Haynes, K. (2012) Flooding Facebook - the use of social media during the Queensland and Victorian floods. *Australian Journal of Emergency Management*, 27, 1
- Loewenstein, G.F., Hsee, C.K., Weber, E.U., & Welch, N. (2001) Risk as a feeling. *Psychological Bulletin*. 127 (2) , 267-286
- Moretz, Walter J., Jr. (1980) 'Kids to Cops: We Think You're Important, But We're Not Sure We Understand You.' *Journal of Police Science and Administration* 8(2): 220-224.
- O'Keeffe, G.S., Clarke-Pearson, K. (2011) The impact of Social Media on Children, Adolescents and Families. *Pediatrics*. 127 (4), 800-804
- Rimal, N.R., & Real, K. (2003) Perceived Risk and Efficacy Beliefs as Motivators of Change Use of the Risk Perception Attitude (RPA) Framework to Understand Health Behaviors. *Human Communication Research*, 29 (3), 370-399
- Rohrmann, B. (2008) *Risk Perception, risk attitude, risk communication, risk management: A conceptual appraisal*. 10, (Master Thesis University of Melbourne) Retrieved from http://tiems.info/dmdocuments/events/TIEMS_2008_Bernd_Rohrmann_Keynote.pdf
- Sjoberg, L. (2000) Factors in Risk perception. *Risk Analysis*, 1, 1-11
- Stubbe, H.E. and Emmerik, M.L. van and Kerstholt, J.H. (2017) *Helping behavior in a virtual crisis situation: effects of safety awareness and crisis communication*. *Journal of risk research*, 20 (4). 433 - 444. ISSN 1366-9877
- Taekke, J.J.J. Crisis Communication and Social Media. A systems- and Medium-Theoretical Perspective. *Conflicting Systems Observed with Social Systems Theory*. Retrieved from:

- Veil,A.R., Beuhner,T., & Palenchar,M.J.(2011) A Work-In-Process Literature Review: Incorporating Social Media in Risk and Crisis Communication. *Journal of Contingencies and Crisis management*.19 (2),110-122.
DOI:10.1111/j.1468-5973.2011.00639.x
- Vries, H. de., Kuhlman, P., & Dijkstra, M. (1988). Self efficacy; The third factor besides attitude and subjective norm as a predictor of behavioral intentions. *Health Education Research*, 3, 273-282.
- Weber,E,U., Blais,A., & Betz,N.E. (2002) A Domain-specific Risk-attitude Scale: Measuring Risk Perceptions and Risk Behaviors. *Journal of Behavioral Decision Making*, 15, 263-290
- Witte, K., Meyer, G., & Martel, D. (2000). Effective health risk messages. *Thousand Oaks, CA: Sage*.
- Yates D., & Paquette S. Emergency knowledge management and social media technologies: A case study of the 2010 Haitian earthquake. *International Journal of Information Management*, 31(1), 6–13.
- Zhu,Z., Wang,J., Wang,X., & Wan,X.(2016) Exploring factors of user's peer-influence bahvior in social media on purchase intention: Evidence from QQ. *Computers in Human Behavior*, 63, 980-987.

Appendix 1

1.1 Hoge Zelfeffectiviteit

Agent de Boer, Politiebureau Enschede Zuidwest

1 uur · Enschede ·

Jij kunt ervoor zorgen dat dit lieve egeltje niet verstrikt raakt! Met elkaar afval in de prullenbak gooien. Help mee, gooi je afval in de prullenbak zodat dit egeltje weer vrij kan rondlopen. En hierbij voorkom je ook nog een hoge boete voor straatvervuiling.



[87 likes](#) [69 reacties](#) [117 keer gedeeld](#)

[Leuk](#)

[Reageren](#) [Delen](#)

[Vorige reacties weergeven](#)

Schrijf een reactie...

M de Boer

[1 uur](#) · [Enschede](#)

Jij kunt ervoor zorgen dat dit lieve egeltje niet verstrikt raakt! Met elkaar afval in de prullenbak gooien. Help mee, gooi je afval in de prullenbak zodat dit egeltje weer vrij kan rondlopen. En hierbij voorkom je ook nog een hoge boete voor straatvervuiling.



[87 likes](#) [69 reacties](#) [117 keer gedeeld](#)

[Leuk](#)

[Reageren](#) [Delen](#)

[Vorige reacties weergeven](#)

Schrijf een reactie...

Agent de Boer, Politiebureau Enschede Zuidwest

[1 uur](#) · [Enschede](#)

Pas op!

Inbrekers zijn weer actief nu het mooier weer wordt! Gelukkig kunt u zorgen dat ze niet bij u binnen staan. Doe de ramen dicht en deuren op slot als u weg gaat. Ziet u verdachte mensen in uw wijk? Schakel de politie in. Zo kunnen we samen de buurt veilig houden.

Wist u het niet? Ik ben de nieuwe buurman!



[259 likes](#) [85 reacties](#) [79 keer gedeeld](#)

[Leuk](#)

[Reageren](#) [Delen](#)

[Vorige reacties weergeven](#)

Schrijf een reactie...

M de Boer,

[1 uur](#) · [Enschede](#)

Pas op!

Inbrekers zijn weer actief nu het mooier weer wordt! Gelukkig kunt u zorgen dat ze niet bij u binnen staan. Doe de ramen dicht en deuren op slot als u weg gaat. Ziet u verdachte mensen in uw wijk? Schakel de politie in. Zo kunnen we samen de buurt veilig houden.

Wist u het niet? Ik ben de nieuwe buurman!



[259 likes](#) [85 reacties](#) [79 keer gedeeld](#)

[Leuk](#)

[Reageren](#) [Delen](#)

[Vorige reacties weergeven](#)

Schrijf een reactie...

1.2 Lage Zelfeffectiviteit

Agent de Boer, Politiebureau Enschede Zuidwest

[1 uur](#) · [Enschede](#) ·

Pas op, een boete voor afval op straat gooien is 140 euro! De politie waarschuwt u niet, de boete wordt gelijk uitgeschreven als u op heterdaad wordt betrapt bij het dumpen van afval.

Gooi niet zomaar iets op straat!

[10 likes](#) [6 reacties](#) [1 keer gedeeld](#)

[Leuk](#)

[Reageren](#) [Delen](#)

[Vorige reacties weergeven](#)

Schrijf een reactie...

Agent de Boer, Politiebureau Enschede Zuidwest

[1 uur](#) · [Enschede](#) ·

Pas op! Nu de lente in aantocht is zijn de inbrekers dit ook!

De politie kan niet altijd aanwezig zijn om de inbrekers op heterdaad te betrappen. De inbrekers kunnen gemakkelijker uw huis binnenkomen dan u denkt, Dus, Pas Op!

[12 likes](#) [5 reacties](#) [2 keer gedeeld](#)

[Leuk](#)

[Reageren](#) [Delen](#)

[Vorige reacties weergeven](#)

Schrijf een reactie...

M, de Boer

[1 uur](#) · [Enschede](#) ·

Pas op, een boete voor afval op straat gooien is 140 euro! De politie waarschuwt u niet, de boete wordt gelijk uitgeschreven als u op heterdaad wordt betrapt bij het dumpen van afval.

Gooi niet zomaar iets op straat!

[10 likes 6 reacties 1 keer gedeeld](#)

[Leuk](#)

[Reageren](#) [Delen](#)

[Vorige reacties weergeven](#)

Schrijf een reactie...

M de Boer

[1 uur](#) · [Enschede](#) ·

Pas op! Nu de lente in aantocht is zijn de inbrekers dit ook!

De politie kan niet altijd aanwezig zijn om de inbrekers op heterdaad te betrappen. De inbrekers kunnen gemakkelijker uw huis binnenkomen dan u denkt, Dus, Pas Op!

[12 likes 5 reacties 2 keer gedeeld](#)

[Leuk](#)

[Reageren](#) [Delen](#)

[Vorige reacties weergeven](#)

Schrijf een reactie...

Appendix 2

Informed-consent

Toestemmingsverklaring onderzoek zelfredzaamheid

Ik verklaar hierbij op voor mij duidelijke wijze te zijn ingelicht over de aard en methode van het onderzoek, zoals uiteengezet op de bovenstaande informatiepagina. Mijn vragen kunnen naar tevredenheid beantwoord worden als ik die heb. Ik stem geheel vrijwillig in met deelname aan dit onderzoek. Ik behoud daarbij het recht deze instemming weer in te trekken zonder dat ik daarvoor een reden hoeft op te geven en besef dat ik op elk moment mag stoppen met het onderzoek. Indien mijn onderzoeks-resultaten gebruikt zullen worden in wetenschappelijke publicaties, dan wel op een andere manier openbaar worden gemaakt, zal dit volledig geanonimiseerd gebeuren. Mijn persoonsgegevens zullen niet door derden worden ingezien zonder mijn uitdrukkelijke toestemming. De gehele onderzoeks antwoorden kunnen worden ingezien door de onderzoeker en de begeleidende docenten. Als ik nog verdere informatie over het onderzoek zou willen krijgen, nu of in de toekomst, kan ik me wenden tot Sophie Keizer, s.keizer-1@student.utwente.nl

.....
Naam proefpersoon, datum, Handtekening

Inleidende tekst

Beste participant ,

Allereerst bedankt voor het meedoen aan mijn onderzoek over zelfredzaamheid door Facebook berichten. In het onderzoek straks zult u twee Facebook berichten te zien krijgen waarin een waarschuwing staat. Dergelijke berichten op Facebook met een waarschuwing zijn voor veel mensen van waarde gebleken. Probeer dit bericht zo goed mogelijk te lezen voordat u verder gaat. Na het zien van de berichten zult u enkele vragen hierover te zien krijgen. Mocht u niet meer mee willen doen met het onderzoek, dan kunt u zich op elk moment terugtrekken. Hieraan zijn geen consequenties verbonden. Tevens worden uw gegevens anoniem verwerkt en u kunt ze op elk moment inzien. Als u SONA punten krijgt voor het onderzoek worden deze zo snel mogelijk na het invullen aan u gegeven.

Dankuwel & succes met het invullen,

Vriendelijke groet,

Sophie Keizer

Vragen

Afval

risico perceptie

Hoe groot acht u de kans dat u afval op straat gooit?

Hoe groot acht u de kans dat u een boete krijgt voor afval op straat gooien?

Heeft u wel eens afval op straat gegooit?

Denkt u dat de kans groot is dat u een boete krijgt voor milieuvervuiling?

Heeft u wel eens een boete gehad voor afval op straat gooien?

- **Intentie**

Bent u niet van plan afval op straat te gooien na het zien van dit bericht?

Bent u van plan om mensen aan te sporen om geen afval op straat te gooien?

Bent u van plan om mensen op hun gedrag aan te spreken als ze afval op straat gooien?

- **Altruïsme**

Kunt u zich verplaatsen in mensen die afval op straat gooien?

Denkt u dat mensen die afval op straat gooien kunt helpen om het niet te doen?

Vindt u de huidige boete voor afval gooien op straat hoog? (140 euro)

- **Vertekening**

Denkt u dat mensen die afval op straat gooien dit doen met slechte intenties?

Denkt u dat iemand die afval op straat gooit, dit vaker heeft gedaan?

Denkt u dat mensen die afval op straat gooien ook ander delict gedrag plegen?

- **Beoordeling Facebook bericht:**

Wat vindt u van het Facebook bericht?

In welke mate gaat u zelf iets met deze oproep doen?

Vindt u deze oproep geloofwaardig?

In welke mate denkt u dat andere mensen die dit lezen de oproep in dit bericht over zullen nemen?

In welke mate denkt u dat de inhoud van het Facebook bericht aanspoort tot niet vervuilend gedrag?

Zou u dit bericht liken?

Zou u dit bericht delen?

Zou u een reactie plaatsen op dit bericht? Zo ja wat voor een reactie zou je plaatsen?

Inbraak

- **risico perceptie**

Hoe groot acht u de kans dat er bij u in huis wordt ingebroken?

Hoe groot acht u de kans dat de dader wordt gepakt als er wordt ingebroken bij u?

Is er wel eens bij u ingebroken?

Denkt u dat de kans groot is dat er bij u in de buurt wordt gebroken?

Denkt u dat het uitmaakt in welke buurt u woont met betrekking tot inbraak?

Denkt u dat de mensen waarbij wordt ingebroken genoeg maatregelen hebben genomen voor het beveiligen van het huis?

- **Intentie**

Bent u van plan maatregelen te nemen tegen inbraak(extra sloten, inbraak alarm)?

Bent u van plan om te letten op inbraak preventie?

Bent u van plan om in uw buurt te letten op verdachte personen (inbrekers) ?

- Altruïsme

Kunt u zich verplaatsen in inbrekers?

Vindt u dat inbrekers hard moeten worden aangepakt?

Denkt u dat mensen waarbij wordt ingebroken deels daar zelf verantwoordelijk voor zijn (geen goede preventieve maatregelen genomen)?

- Vertekening

Denkt u dat inbrekers inbraken plegen om mensen tot last te zijn?

Denkt u dat als iemand inbreekt dat hij of zij het vaker heeft gedaan?

Denkt u dat inbrekers ook ander delict gedrag plegen?

Denkt u dat inbrekers mensen zijn met slechte intenties?

- Beoordeling Facebook bericht

Wat vindt u van het Facebook bericht?

In welke mate gaat u zelf iets met deze oproep doen?

Vindt u deze oproep geloofwaardig?

In welke mate denkt u dat andere mensen die dit lezen de oproep in dit bericht over zullen nemen?

In welke mate denkt u dat de inhoud van het Facebook bericht aanspoort tot gedrag?

Zou u dit bericht liken?

Zou u dit bericht delen?

Zou u een reactie plaatsen op dit bericht? Zo ja wat voor een reactie zou je plaatsen?

Debriefing

Beste participant,

Heel erg bedankt voor het helpen met mijn onderzoek. U heeft van te voren gelezen dat het te lezen bericht een goede manier was om mensen in te lichten over risico's. In totaal waren er per bericht vier condities van Facebook berichten namelijk, twee condities met berichten die vaak zorgen voor een slechte informatie overdracht en twee condities met berichten die juist wel voor een goede informatie overdracht zorgen. Het kan dus zijn dat u een slecht of goed werkend bericht heeft gelezen. Dit was nodig om het doel van het onderzoek (onafhankelijke beoordeling van Facebookberichten) zo goed mogelijk te laten werken. Verder wil ik nogmaals benadrukken dat u zichzelf nog op elk gewenst moment kan terugtrekken uit het onderzoek. Als u nog verdere vragen heeft of wil weten wat er met de gegevens gaat gebeuren kunt u mij mailen op : s.keizer-1@student.utwente.nl