

Hoe dynamisch is jouw motivatie?

Naam – Aron Foppen

Studentnummer – 510824

Scriptiebegeleider – Koen Migchelbrink

Stagebegeleider – Lies van Aelst

Aantal woorden - 16844

Samenvatting

In dit onderzoek is er gekeken naar de invloed van de personalisatiebias in mediaberichten op de public service motivation van wethouders. Binnen de academische literatuur is er een debat over de mate waarin public service motivation beïnvloedbaar is. Binnen deze discussie zijn er twee standpunten. Bij het eerste standpunt is public service motivation een dynamisch concept. Volgens deze opvatting wordt de mate waarin public service motivation aanwezig is binnen een individu continue beïnvloed door factoren in de omgeving van het desbetreffende individu. De omgeving waarin een persoon zich bevindt heeft binnen dit standpunt dus invloed op de aanwezige mate van public service motivation. Het tweede standpunt stelt dat public service motivation een predispositie is. Hierbij is public service motivation een karakterkenmerk die niet veranderd naar aanleiding van externe stimuli.

Om te zien voor welk standpunt binnen de bovenstaande discussie bewijs kan worden gevonden is de personalisatiebias gebruikt. De personalisatiebias is de journalistieke bias om een zeer sterke focus te leggen op individuen in plaats van de institutionele context of het grotere verhaal. Hiermee kunnen uitkomsten van het bestuursproces, zowel negatief als positief, aan één individuele bestuurder worden toegeschreven. In het geval van de wethouder, ontvangt hij dan ofwel alle complimenten ofwel alle berispingen. Dit kan het makkelijker of moeilijker maken om jezelf in te zetten voor de maatschappij als wethouder waarbij er dus een stijging of daling van PSM plaatsvindt. De vraag die binnen dit onderzoek centraal staat is: *Wat is de invloed van de personalisatiebias in mediaberichten over wethouders op de public service motivation van wethouders?*

Binnen dit onderzoek wordt public service motivation gemeten aan de hand van vier dimensies, respectievelijk: aantrekkingskracht tot het maken van publiek beleid, toewijding aan het publiek belang, compassie en zelfopoffering. Om te testen of de personalisatiebias daadwerkelijk invloed heeft op public service motivation is een full-factorial vignet experiment gebruikt (2*2). Hierbij worden vier vignetten gebruikt. Twee vignetten bevatten de personalisatiebias en twee vignetten bevatten meerdere maatschappelijke actoren. Daarnaast hebben twee vignetten een positieve bewoording en twee vignetten hebben een negatieve bewoording. Op deze manier kan rekening gehouden worden met het eventueel optreden van de negativiteitsbias. Volgens de wetenschappelijke literatuur zou de personalisatiebias een groter effect hebben indien deze gecombineerd wordt met een negatieve bewoording vanwege het optreden van de negativiteitsbias.

Uit de resultaten blijkt dat zowel een negatieve bewoording als de personalisatiebias op zichzelf geen statistisch significant effect hebben op de public service motivation van wethouders. Ook wanneer een negatieve bewoording en de personalisatiebias met elkaar gecombineerd worden in de vorm van een interactie-effect is er geen sprake van een statistisch significant effect op PSM. Bij dit niet statistisch significante effect moet wel een nuancering geplaatst worden. Zo ligt de verkregen p -waarde zeer dicht tegen het significantieniveau aan. Ook een positieve bewoording heeft geen statistisch significant effect op PSM.

Naar aanleiding van deze resultaten wordt er antwoord op de hoofdvraag gegeven. Zowel het type bewoording als de personalisatiebias hebben geen statistisch significant effect op public service motivation. Hiermee sluiten de bevindingen aan bij de literatuur die stelt dat public service motivation een predispositie is. Er wordt immers geen bewijs gevonden dat de mate van public service motivation beïnvloedbaar is. Naar aanleiding van de conclusie en discussie worden een viertal aanbevelingen gedaan. Twee hiervan zijn praktijk aanbevelingen, de resterende twee aanbevelingen betreffen vervolgonderzoek.

Inhoudsopgave

Inhoud

Samenvatting.....	2
Inhoudsopgave	4
Inleiding	6
Aanleiding.....	6
Onderzoeksvraag en deelvragen.....	8
Doelstelling.....	9
Wetenschappelijk relevantie.....	9
Maatschappelijke relevantie	10
Bestuurlijke relevantie	10
Leeswijzer	11
Theoretisch kader.....	12
De motivatie om bij te dragen aan het publieke belang.....	12
De dimensies van public service motivation	13
De dimensie aantrekkingskracht tot het maken van publiek beleid.....	13
De dimensie toewijding aan het publiek belang	14
De dimensie compassie	15
De dimensie zelfopoffering	16
Public service motivation als een dynamisch concept.....	17
De rol van de media in relatie tot PSM	18
De personalisatiebias als antecedent van public service motivation.....	19
De personalisatiebias in relatie tot de negativiteitsbias	21
Conceptueel model	24
Methode.....	25
Onderzoeksstrategie en gebruikte methode	25
Respondentenselectie.....	26
Operationalisering.....	27
Experimentele opzet	31
Validiteit en betrouwbaarheid	34
Resultaten	36
Data inspectie.....	36
Beschrijvende statistiek.....	38
Controle randomisatie.....	41
Betrouwbaarheidsanalyse schaal.....	43

Regressieanalyse	45
Effectgrootte	48
Discussie en conclusie	49
Aanbevelingen	54
Literatuurlijst	57
Bijlage A	63
Bijlage B	64
Bijlage C	65
Bijlage D	82
Bijlage E	83

Inleiding

In dit hoofdstuk wordt de aanleiding van het onderzoek besproken. De aanleiding zal gevolgd worden door de hoofdvraag en de deelvragen. Vervolgens komt de doelstelling van het onderzoek aan de orde. Na de doelstelling komen de wetenschappelijke relevantie, de maatschappelijke relevantie en de bestuurlijke relevantie aan bod. Dit hoofdstuk zal afgesloten worden met een leeswijzer voor de resterende hoofdstukken van dit onderzoek.

Aanleiding

De afgelopen bestuursperioden treden steeds meer wethouders af (Bouwman, 2020; Pointer, 2022). Een belangrijke factor in dit aftreden is veelvuldig een persoonlijke reden veroorzaakt door een gebrek aan motivatie (Castenmiller, Meesters & Pluut, 2006). Deze motivatie van wethouders komt voort vanuit een drang om de publieke zaak te dienen (Van Ostaaijen, 2014; Korsten, 2010). De drang van individuen om de publieke zaak te dienen wordt public service motivation, ook wel PSM genoemd. Volgens Perry en Hondeghem (2008) valt het begrip public service motivation te zien als het hebben van een bepaalde mate van motivatie om bij te willen dragen aan de maatschappij. Het bijbehorende belang van de publieke zaak speelt hierbij tevens een cruciale rol. Schott, Steen en Van Kleef (2019) leveren een belangrijke bijdrage aan deze definitie van public service motivation, namelijk dat public service motivation een dynamisch concept is. Dit betekent dat de aanwezige mate van PSM volgens bovenstaande definitie niet alleen variabel is tussen individuen. Ook binnen hetzelfde individu kan de aanwezige mate van PSM over tijd veranderen. De aanwezige mate van PSM binnen één individu wordt bij deze definitie continue beïnvloed door de sociologische en politieke omgeving waarin het individu zich bevindt (Kjeldsen & Jacobsen, 2013; Ward, 2014). Binnen de wetenschappelijke literatuur is er echter nog een ander standpunt als het gaat over de vraag of dat PSM een dynamisch concept is. Zo is er ook een groep wetenschappers die stelt dat PSM de predispositie van een individu is (Vogel & Krol, 2016; Oberfield, 2014). Binnen deze manier van kijken naar public service motivation is PSM een karaktertrek van een individu. De mate van public service motivation bij deze definitie verandert binnen een individu niet naar aanleiding van externe stimuli. Of en in hoeverre public service motivation een dynamisch concept is binnen individuen wordt in de huidige stand van de wetenschappelijke literatuur nog niet duidelijk.

Kortom, er treden meer wethouders af dan ooit (Bouwman, 2020; Pointer, 2022). Tevens is een hoge mate van public service motivation een belangrijke drijfveer voor wethouders om hun werk

te doen (Van Ostaaijen, 2014; Korsten, 2010). Het is echter niet duidelijk of public service motivation een dynamisch concept is. Indien de aanname wordt gedaan dat public service motivation een dynamisch concept is, moet er naar de factoren worden gekeken die van invloed kunnen zijn op de aanwezige mate van PSM binnen individuen. Deze noodzaak bestaat, omdat public service motivation de drijfveer kan zijn achter het uitoefenen van het ambt wethouder. Als naar mogelijke factoren van invloed op de public service motivation van wethouders wordt gekeken is de bestuurlijke arena waarin wethouders zich bevinden cruciaal.

Binnen deze bestuurlijke arena staat het college van burgemeester en wethouders centraal. Samen met de burgemeester besturen de wethouders de gemeente. De afgelopen jaren is het takenpakket van wethouders stevig toegenomen (Binnenlands Bestuur, 2021a). Wethouders zijn bestuurlijk verantwoordelijk voor de dagelijkse gang van zaken binnen de gemeente. Tevens zijn wethouders verantwoordelijk voor het maken en het uitvoeren van het strategisch beleid van de gemeente. Over dit takenpakket moeten wethouders zich in het openbaar verantwoorden (Ter Bogt, 2001). Wethouders verschillen hierin van ambtelijke managers en managers bij private organisaties aangezien dat wethouders zichzelf in de openbare arena staande moeten houden. Gelet op dat wethouders optreden in de publieke arena spelen de media een belangrijke rol. De media rapporteren immers over het publieke optreden van de wethouders. Zowel nieuwe als oude media hebben een belangrijke invloed op publieke ambtsdragers (Van Gestel, 2006). De media bepalen namelijk welke onderwerpen en welke informatie binnen deze onderwerpen er aan bod komt. De media bepalen ook met welk frame zij de informatie presenteren. Gelet op dat wethouders afhankelijk zijn van de nieuwsvoorziening vanuit de media kunnen nieuwsberichten vanuit de media een belangrijke factor van invloed vormen op de public service motivation van wethouders (Bennett, 2009).

Deze nieuwsberichten vanuit de media zijn echter onderhevig aan de medialogica met daarin een aantal biases (Bennett, 2009). Volgens Mazzoleni (2008) valt deze medialogica van de mediabedrijven te zien als de manier waarop de media de sociale werkelijkheid interpreteren en de manier waarop deze sociale werkelijkheid vervolgens omgezet wordt in de nieuwsberichten die naar buiten gebracht worden. Deze medialogica is hierbij onderhevig aan een aantal biases waaronder de personalisatiebias. De personalisatiebias valt volgens Bennett (2009) te zien als de foutieve neiging van de media om een zeer sterke focus te leggen op individuen in plaats van de institutionele context of het grotere verhaal. Hierdoor worden publieke ambtsdragers vaak op individuele titel aangesproken en worden uitkomsten van het bestuursproces volledig aan individuele wethouders toegeschreven (Klijn, Van Twist, Van der Steen & Jeffares, 2016). Dit betekent dat bij geslaagde bestuursprocessen het succes volledig aan de individuele ambtsdrager wordt toegeschreven. Hierbij

ontvangt de wethouder alle complimenten. In negatieve context is er echter ook sprake van deze situatie. In deze situatie wordt het falen van het gehele bestuursproces ook aan één individuele wethouder toegeschreven.

Deze personalisatiebias in de media heeft de potentie om een invloed te hebben op de public service motivation van wethouders. Het beeld dat wethouders over de maatschappij en het wethouderschap hebben wordt immers beïnvloed door de nieuwsberichten geproduceerd door de media. Hierbij zijn deze nieuwsberichten onderhevig aan de personalisatiebias (Bennett, 2009). Als het beeld bij het wethouderschap binnen het nieuwsbericht heel negatief of juist heel positief is kan dit de PSM van de wethouders beïnvloeden. Door de personalisatiebias wordt de uitkomst van beleidsprocessen volledig aan één individuele wethouder toegeschreven (Klijn et al., 2016). Deze toeschrijving kan twee verschillende effect hebben. Wanneer het enerzijds binnen het nieuwsbericht zo lijkt dat de maatschappij alle fouten aan jou als wethouder toeschrijft, is het uitoefenen van het ambt het dan nog wel waard? Het is namelijk juist die maatschappij waarvoor men zichzelf vanuit de public service motivation in wil zetten. Een daling in de aanwezige mate van public service motivation ligt hier voor de hand. Wanneer anderzijds binnen het nieuwsbericht alle successen van het beleidsproces aan jou als individu toebedeeld worden, is het dan mogelijk makkelijker om jezelf voor de maatschappij in te zetten? Hierbij zou er sprake kunnen zijn van een stijging in public service motivation.

Onderzoeksvraag en deelvragen

Kortom, public service motivation kan een belangrijke drijfveer binnen het wethouderschap zijn (Van Ostaaijen, 2014). De sociologische en politieke omgeving waar de media een zeer cruciaal onderdeel van zijn kan hierbij een belangrijke invloed hebben op de hoogte van deze public service motivation (Kjeldsen & Jacobsen, 2013; Ward, 2014; Schott et al., 2019). Het is daarom interessant om de personalisatiebias binnen de medialogica te koppelen aan public service motivation. Indien PSM namelijk dynamisch is binnen individuen zou deze naar aanleiding van de personalisatiebias moeten stijgen of dalen. De personalisatiebias maakt het namelijk dat het falen of slagen van het bestuursproces aan één individuele wethouder wordt toebedeeld (Klijn et al., 2016). Hierdoor gaan alle complimenten of berispingen naar die desbetreffende wethouder. Dit kan invloed hebben op in hoeverre wethouders het waard vinden om de maatschappij te dienen. Het is daarom relevant om het effect van de personalisatiebias in mediaberichten te meten in relatie tot de public service motivation van wethouders. De onderzoeksvraag die in deze scriptie centraal staat luidt als volgt:

Wat is de invloed van de personalisatiebias in mediaberichten over wethouders op de Public service Motivation van wethouders?

Om deze hoofdvraag te beantwoorden zijn er een viertal deelvragen opgesteld. Deze vier deelvragen luiden als volgt:

1. Aan de hand van welke kenmerken valt de personalisatiebias te identificeren?
2. Welke dimensies van public service motivation zijn er en waaraan zijn deze dimensies te herkennen?
3. Wat is het effect van de personalisatiebias in een positief mediabericht over wethouders?
4. Wat is het effect van de personalisatiebias in een negatief mediabericht over wethouders?

Deze deelvragen zullen gaandeweg in dit onderzoek beantwoord worden. De onderzoeksvraag zal expliciet in de conclusie beantwoord worden.

Doelstelling

De doelstelling van dit onderzoek is het toetsen van de theorieën over public service motivation. De focus binnen dit onderzoek ligt immers op het debat omtrent PSM als een dynamisch concept. Beide kanten van dit debat zullen belicht worden waarna zal worden gekeken naar aanleiding van de verkregen resultaten welke kant van het debat ondersteunt kan worden. Er zal hierbij gebruik worden gemaakt van contingentiefactoren die van invloed kunnen zijn op de aanwezige hoeveelheid PSM. Het toetsen van deze theorieën zal gebeuren aan de hand van de personalisatiebias in mediaberichten en het type bewoording binnen mediaberichten. Deze doelstelling zal behaald worden door middel van een full-factorial vignet experiment (2*2) met daaraan gekoppeld een survey waarbij wethouders, voormalig wethouders en kandidaat wethouders de sample vormen. Er zal gebruik worden gemaakt van twee interventies. De personalisatiebias en het type bewoording zullen de interventies vormen.

Wetenschappelijk relevantie

Dit onderzoek is wetenschappelijk relevant. Zo levert dit onderzoek een bijdrage aan de discussie in de wetenschappelijke literatuur over de vraag hoe dynamisch het concept public service motivation is. Zo is er een groep binnen de literatuur die stelt dat de mate van PSM een predispositie is, oftewel een karakterkenmerk die nauwelijks tot niet veranderd (Vogel & Krol, 2016; Oberfield, 2014; Perry &

Wise, 1990). Anderzijds is er een groep binnen de wetenschappelijke literatuur die stelt dat PSM een dynamische motivatie is die continue beïnvloed wordt door de omgeving waarin je jezelf bevindt (Kjeldsen & Jacobsen, 2013; Ward, 2014; Schott et al., 2019). Dit onderzoek levert een bijdrage aan deze discussie door gebruik te maken van een vignetexperiment. Hierbij zullen vier vignetten gebruikt worden. Binnen dit onderzoek wordt PSM als afhankelijke variabele gebruikt. Hierbij kan gemeten worden of PSM een dynamisch concept is of dat de mate van PSM niet veranderd.

Maatschappelijke relevantie

Dit onderzoek is ook maatschappelijk relevant. Dit onderzoek focust immers op een belangrijke drijfveer van wethouders, namelijk PSM. Volgens Boonstra (2022) wordt de werkdruk steeds hoger voor wethouders en is de beeldvorming over wethouders steeds vijandiger. Ook treden er recentelijk steeds vaker wethouders af (Binnenlands Bestuur, 2021b). Een hoge mate van PSM kan een belangrijke drijfveer zijn voor wethouders waardoor ze langer aanblijven en niet aftreden (Castenmiller et al., 2006). Maatschappelijk gezien is het dus relevant om naar de public service motivation van wethouders te kijken. Zo is het belangrijk om inzicht te krijgen of de aanwezige hoeveelheid PSM kan stijgen of dalen bij wethouders. Een hoge mate van public service motivation kan immers een belangrijke factor zijn in het voorkomen van het aftreden van wethouders (Castenmiller et al., 2006).

Bestuurlijke relevantie

Tevens is dit onderzoek bestuurlijk relevant. Zo richt dit onderzoek zich op de bestuurlijke arena waarin wethouders zich bevinden. Er zal immers gekeken worden naar de personalisatiebias in mediaberichten en de invloed daarvan op de public service motivation. Bestuurlijk gezien is het interessant om te weten wat precies de impact is van deze personalisatiebias in de media. Deze personalisatiebias geeft immers de politieke arena waarin bestuurders zich bevinden medevorm en heeft daarbij impact op motivatie van de bestuurders (Bennett, 2009). Public service motivation is een belangrijke drijfveer binnen de motivatie van publieke ambtsdragers (Van Ostaaijen, 2014). Het is dus bestuurlijk relevant om te weten wat de impact van de personalisatiebias op public service motivation is.

Leeswijzer

In dit onderzoek zullen na bovenstaande inleiding de theorieën met betrekking tot beide variabelen in de hoofdvraag aan bod komen. Dit betekent dat de theorieën omtrent de personalisatiebias en public service motivation aan bod komen in de vorm van een theoretisch kader. Het theoretisch kader vormt hierbij het tweede hoofdstuk. Dit theoretisch kader zal tevens het conceptueel model en de hypotheses bevatten. Na het theoretisch kader zal in het derde hoofdstuk de gebruikte methode worden geïntroduceerd. In de methode worden tevens de vier gebruikte vignetten weergegeven. Ook zullen de gebruikte schalen, de respondentenselectie en de surveyflow besproken worden. Hierna volgen de resultaten van het onderzoek in het vierde hoofdstuk. De randomisatie over de vignetten, de schalenanalyse en de regressieanalyse komen binnen dit resultatenhoofdstuk aan de orde. Na het resultaten hoofdstuk komt het discussie en conclusie hoofdstuk. Deze paper wordt afgesloten met het laatste hoofdstuk waarin de aanbevelingen gegeven worden. Hierbij worden twee praktijk aanbevelingen en twee aanbeveling voor vervolgonderzoek gegeven.

Theoretisch kader

In dit hoofdstuk worden de theorieën over public service motivation besproken. Zo zal public service motivation gedefinieerd en geconceptualiseerd worden. Hierbij zullen de vier dimensies van public service motivation apart besproken en uiteengezet worden. Er zal daarbij specifiek worden ingegaan op de relatie tussen deze dimensies en het grotere concept public service motivation. Vervolgens zal de huidige stand van de wetenschappelijke literatuur als het gaat om hoe dynamisch public service motivation binnen individuen is besproken worden. Hierna zullen de factoren van invloed, oftewel de antecedenten die invloed hebben op hoe dynamisch PSM is binnen individuen aan de orde worden gesteld. De personalisatiebias in mediaberichten als antecedent van public service motivation staat centraal. Tenslotte zal het theoretisch kader afgesloten worden met een conceptueel model en bijpassende hypothesen.

De motivatie om bij te dragen aan het publieke belang

Volgens de bestuurskundige wetenschappelijke literatuur onderscheiden ambtenaren en ambtsdragers in de publieke sector zichzelf van werknemers en bestuurders in de private sector (Perry, 1996; Vandenabeele, 2008; Perry & Hondeghem, 2008). Zo zouden de werknemers en ambtsdragers binnen de publieke sector een vorm van motivatie vertonen om de publieke zaak en de samenleving te dienen. Deze motivatie leidt in sommige gevallen zelfs tot zelfopoffering, bijvoorbeeld in de vorm van tijd of geld. Ambtsdragers en ambtenaren hebben een plichtsbesef om het algehele publieke belang te dienen (Van Ostaaijen, 2014). Dit plichtsbesef is hierbij een drijfveer om in de publieke sector te werken. Staats (1988) omschrijft dan ook dat werk in de publieke sector een *'sense of duty'* moet zijn, waarbij de ambtenaar of de publieke ambtsdrager zichzelf niet centraal zet, maar het maatschappelijk belang. Deze *'sense of duty'* maakt het dat individuen die werken in de publieke sector zich willen opofferen en in willen zetten voor het publiek belang. Deze motivatie om het publieke belang te dienen maakt het dat burgers met deze motivatie een functie of ambt in de publieke sector ambiëren. Ook zorgt een hoge mate van deze motivatie binnen individuen er vervolgens voor dat individuen tevredener zijn met de functie in de publieke sector (Stefurak, Morgan & Johnsen, 2020). Er is hierbij sprake van een stijging van het *'werkplezier'*.

Deze motivatie om het publiek belang te dienen wordt binnen de discipline bestuurskunde public service motivation, oftewel PSM genoemd (Van Ostaaijen, 2014). Volgens Perry en Hondeghem (2008) is het begrip public service motivation te definiëren als het hebben van een

bepaalde hoeveelheid motivatie om bij te dragen aan het publieke belang en de maatschappij daarbij te dienen. Het concept public service motivation valt hierbij te zien als een multidimensionaal begrip dat bestaat uit diverse dimensies die samen het gehele concept public service motivation omvatten (Coursey & Pandey, 2007; Perry, 1996). Volgens Kim (2011) zijn er vier dimensies die samen het begrip public service motivation vatten, respectievelijk: aantrekkingskracht tot het maken van publiek beleid, toewijding aan het publiek belang, compassie en zelfopoffering. Deze vier dimensies worden in de literatuur veelvuldig gebruikt om het multidimensionale begrip PSM te omschrijven, maar ook te meten (Ritz & Waldner, 2011; Taylor, 2007). Deze vier dimensies overlappen dus niet met elkaar en vormen samen het begrip public service motivation (Perry, 1996). Er is echter wel kritiek van methodologische aard op het gebruik van dit model met vier dimensies. Zo stellen Coursey en Pandey (2007) dat in de praktijk er wel degelijk overlap tussen de dimensies van public service motivation voorkomt. Ook omschrijven zij dat het gebruik van drie dimensies waarbij zelfopoffering weglaten wordt zorgt voor minder overlap tussen de dimensies. Hieronder zullen allereerst de vier dimensies één voor één kort besproken worden. Bij de dimensie zelfopoffering zal kort bovenstaande kritiek vanuit de wetenschappelijke literatuur besproken worden.

De dimensies van public service motivation

De dimensie aantrekkingskracht tot het maken van publiek beleid

Ten eerste de dimensie het mogelijk hebben van *'aantrekkingskracht tot het maken van publiek beleid'*. Volgens Liu, Tang en Zhu (2008) kan deze dimensie gezien worden als hoe aantrekkelijk het maken van beleid is volgens de visie van een individu. Bij deze dimensie draait het om het onderdeel willen zijn van de beleidsketen en zo betrokken te zijn bij het maken van beleid. Het bij willen dragen aan het maken en het bijwerken van beleid is binnen deze dimensie cruciaal. Ritz (2011) vult bovenstaande definiëring aan door sub-dimensies van deze dimensie te beschrijven. Ritz komt hierbij tot vier verschillende sub-dimensies die een individu zijn of haar aantrekkingskracht tot het maken van publiek beleid bepalen. Deze vier soorten sub-dimensies zijn: omgaan met politieke rationaliteit, het willen participeren in het proces van het fabriceren van beleid, interesse in de politiek en het najagen van persoonlijke doelstellingen. De eerste sub-dimensie, het omgaan met politieke rationaliteit valt te zien als hoe motiverend een individu de politieke context van het openbaar bestuur vindt om in te werken (Kim, 2008). Immers moet een individu rekening houden met de politieke aspecten van het openbaar bestuur. De tweede sub-dimensie, het willen participeren in het

proces van het fabriceren van beleid is de motivatie van een individu om in het beleidsproces van het openbaar bestuur te werken (Combs, Yongmei, Hall, & Ketchen, 2006). Hierbij is het van belang dat het individu zelf ook bereidwillig is om onderdeel van de beleidsketen te zijn (Ritz, 2011). Immers moet een individu onderdeel zijn van deze beleidsketen om zelf beleid te kunnen maken. De derde sub-dimensie, oftewel interesse in de politiek valt te zien als de mate van interesse om in het politieke systeem te participeren (Perry, 1996). Dit politieke systeem geeft immers het openbaar bestuur vorm. Deze vormgeving is op zijn beurt weer bepalend voor de ervaring die iemand heeft met het openbaar bestuur. Tenslotte de laatste sub-dimensie, oftewel het najagen van persoonlijke doelstellingen. Bij deze factor draait het om in hoeverre men zichzelf gehinderd voelt door individuen die enkel hun eigen belangen nastreven (Ritz, 2011). Hierbij staat de mate van frustratie met individuen die enkel hun eigen belang nastreven centraal. Een sterke afkeur jegens egoïsme kan aan deze sub-dimensie gelinkt worden.

Jang (2012) stelt dat de aantrekkingskracht tot het maken van publiek beleid beïnvloed wordt door een aantal karaktertrekken. Zo is er een verband tussen het hebben van de karaktertrek neuroticisme en het hebben van een hoge mate van aanwezigheid van deze dimensie. Ook sociologische en maatschappelijke factoren lijken van invloed te zijn op de aanwezigheid van deze dimensie binnen een individu (Perry, 1997). Zo zou de continuerende socialisatie door de omgeving waarin een individu zichzelf bevindt invloed kunnen hebben op de uiteindelijke mate van aanwezigheid van deze dimensie. Indien een individu geconfronteerd wordt met een omgeving waarin het maken van publiek beleid belangrijk wordt geacht is er sprake van socialisatie (Macaulay, Berkowitz, & Aronfreed, 1970). Door deze socialisatie scoren individuen hoger op de dimensie aantrekkingskracht tot het maken van publiek beleid.

De dimensie toewijding aan het publiek belang

Ten tweede de dimensie *'toewijding aan het publiek belang'*. Deze dimensie valt te zien als de normatieve toewijding die een individu heeft om zichzelf in te zetten voor het zelf gedefinieerde belang van de maatschappij (Perry, 1996). Binnen de wetenschappelijke literatuur wordt deze dimensie vaak gezien als de kern dimensie binnen de vier dimensies van public service motivation (Pedersen, 2014). Binnen *'toewijding aan het publiek belang'* draait het immers om het altruïstische motief om iets terug te doen voor de maatschappij, wat centraal staat binnen het concept public service motivation. Downs (1967) stelt dat binnen deze dimensie het hebben van een altruïstische houding, oftewel een normatieve toewijding naar de maatschappij van cruciaal belang is. Hierbij

bepaalt het individu wel zelf wat het maatschappelijk belang is (Perry, 1996). Deze normatieve toewijding is dus aan een zelf gedefinieerd maatschappelijk belang. Castaing (2006) vult aan dat deze normatieve toewijding ook invloed heeft op de praktische uitwerking van deze dimensie. Zo vergroot de dimensie *'toewijding aan het publiek belang'* niet alleen de commitment aan specifieke publieke organisaties, maar aan het algehele openbaar bestuur.

Net zoals bij de dimensie *'aanrekkingskracht tot het maken van publiek beleid'* lijkt ook deze dimensie onderhevig te zijn aan antecedenten in de vorm van karaktertrekken (Jang, 2012). Zo stellen van Witteloostuijn, Esteve en Boyne (2017) dat de mate waarin deze dimensie aanwezig is onderhevig is aan hoe makkelijk een individu zichzelf openstelt voor nieuwe ervaringen. Hoe meer een individu bereid is zichzelf open te stellen voor nieuwe ervaringen hoe hoger de mate van aanwezigheid van deze dimensie zal zijn.

De dimensie compassie

Ten derde de dimensie *'compassie'*. Zoals de benaming van deze dimensie insinueert draait het binnen deze dimensie om het hebben van medeleven met andere personen (Perry, 1996). De dimensie compassie kan gedefinieerd worden als het hebben van een onvoorwaardelijke interesse in het welzijn van andere personen waarbij deze interesse niet gemotiveerd wordt door egoïstische motieven (Radey & Figley, 2007). Hierbij staat het nadenken over het welzijn van andere personen centraal.

Deze dimensie heeft een belangrijke uitwerking op de uitingen van public service motivation die in de praktijk naar voren komen. Volgens Liu, Zhang en Ly (2014) zorgt een hoge mate van aanwezigheid van deze dimensie binnen werknemers van publieke organisaties er namelijk voor dat de werknemers een hogere werktevredenheid hebben. Kristof (1996) sluit zich hierbij aan, zo stelt hij dat volgens de persoon-organisatie fit theorie een hoge mate van congruentie, oftewel het matchen van de waarden tussen organisatie en werknemer cruciaal is voor werktevredenheid. Aangaande deze dimensie betekent dit dat wanneer de waarden van de publieke organisatie in lijn zijn met de compassie binnen werknemers dit een positief effect kan hebben op de algehele motivatie van werknemers.

Net zoals bij de voorgaande dimensies lijken ook bij deze dimensie antecedenten een rol te spelen. Vooral antecedenten van sociologische, politieke en maatschappelijk aard lijken binnen deze dimensie relevant. Het al dan niet aanwezig zijn van deze dimensie bij individuen werkzaam in de publiek sector verschilt namelijk sterk per land (Liu et al., 2008). Volgens Perry en Wise (1990) speelt

compassie als dimensie van PSM in westerse context een belangrijke rol. Liu et al. (2008) stelt echter dat er geen bewijs kan worden gevonden dat in Chinese context de dimensie compassie aanwezig is. In de maatschappelijke context van China valt er wel bewijs te vinden voor het bestaan van de andere drie dimensies van PSM, maar niet voor compassie. Culturele verschillen tussen landen zijn bepalend voor de aanwezigheid van deze dimensie. Concluderend uit bovenstaande speelt de sociologische context een belangrijke rol in het al dan niet bestaan van deze dimensie.

De dimensie zelfopoffering

Tenslotte de laatste dimensie van public service motivation, oftewel de dimensie '*zelfopoffering*'. Deze dimensie wordt gedefinieerd als de mate waarin een individu zich bereid is op te offeren voor het grotere goed, bijvoorbeeld voor het hebben van maatschappelijke impact of het realiseren van publieke waarde (Van Loon, Vandenabeele & Leisink, 2015). Het opofferen van tijd, geld of andere eigen middelen is cruciaal binnen deze dimensie.

Zelfopoffering heeft als dimensie van public service motivation een lange geschiedenis (Brewer & Selden, 1998). Zo staat het aan de kant zetten van je eigen belangen centraal in het openbaar bestuur. Indien men werkt binnen de publieke sector zet men zich immers in voor het maatschappelijk belang. In de praktijk valt de dimensie zelfopoffering terug te zien als het harder werken voor het publieke belang ten koste van het eigen belang (Vandenabeele, 2009). Een hoge mate van de dimensie zelfopoffering heeft dus een relatie met een hogere '*commitment*' jegens publieke instituties.

De validiteit van deze dimensie als dimensie van public service motivation wordt echter toch binnen de wetenschappelijke literatuur in twijfel getrokken. Zo zou de dimensie zelfopoffering overlap hebben met de andere hiervoor genoemde drie dimensies (Coursey & Pandey, 2007). Tevens komt er tijdens diverse analyses naar voren dat de validiteit van de dimensie zelfopoffering in relatie met de andere dimensies te wensen over laat (Vandenabeele, 2008). Hierbij is veelvuldig sprake van overlap tussen deze dimensie en de andere drie dimensies. Deze dimensie wordt echter toch vaak geïnccludeerd als dimensie van public service motivation vanwege de hiervoor genoemde historische binding met de publieke sector (Brewer & Selden, 1998). Tevens is zelfopoffering in diverse sleutelonderzoeken naar public service motivation wel als zelfstandige dimensie aanwezig. Zo ook in de schaal van Perry (1996). In dit onderzoek van Perry is zelfopoffering wel een valide dimensie in relatie tot de andere dimensies van public service motivation. Dit onderzoek van Perry dient als startpunt voor diverse andere schalen die ook PSM meten en is een sleutelstuk. Binnen de literatuur

is er echter nog altijd discussie of zelfopoffering als een dimensie van public service motivation moet worden gezien.

Public service motivation als een dynamisch concept

Zoals in de inleiding bij de wetenschappelijke relevantie al kort aangegeven is er binnen de wetenschappelijke literatuur een debat over hoe dynamisch het concept public service motivation is. Er is wetenschappelijke consensus dat de mate van aanwezigheid van public service motivation tussen individuen verschilt (Vogel & Krol, 2016). Er is echter een discussie of binnen individuen de mate van aanwezige public service motivation ook kan veranderen, oftewel: of dat PSM een dynamisch concept is (Schott et al., 2019). Het is namelijk mogelijk dat de mate van PSM binnen een individu naar aanleiding van prikkels van buitenaf continue veranderd, hierbij zou PSM een dynamisch concept zijn. Indien PSM binnen een individu de mogelijkheid heeft tot veranderen zou er sprake zijn van PSM als een dynamisch concept. Het is echter ook mogelijk dat de mate van aanwezige PSM binnen een individu niet door de tijd heen veranderd (Vogel & Krol, 2016; Oberfield, 2014; Perry & Wise, 1990).

Beide kanten van dit debat binnen de literatuur omtrent PSM als een dynamisch concept zijn goed vertegenwoordigd (Vogel & Kroll, 2016). Zo is er binnen de literatuur over PSM een onderzoeksrichting ontstaan die onderzoek doet naar de veranderlijkheid van PSM. Binnen deze onderzoeksrichting wijzen de resultaten geen dominante groep binnen de literatuur aan (Schott et al., 2019). Er zijn immers uitkomsten vindbaar die stellen dat PSM een dynamisch concept is, maar er zijn ook uitkomsten vindbaar die stellen dat PSM geen dynamisch concept is. Een sluitend antwoord op de vraag of PSM een dynamisch concept is kan er binnen de literatuur niet gevonden worden.

Deze discussie levert twee verschillende definities op van public service motivation binnen de wetenschappelijke literatuur. Zo is er enerzijds een groep binnen de wetenschappelijke literatuur die PSM definieert als: de predispositie die een individu heeft om het maatschappelijk belang te willen dienen (Perry & Wise, 1990). Bij deze eerste groep wordt PSM gezien als een predispositie, oftewel een karaktertrek van een individu die niet tot nauwelijks door de tijd heen veranderd (Vogel & Krol, 2016; Oberfield, 2014; Perry & Wise, 1990). Anderzijds is er een groep binnen de wetenschappelijke literatuur die PSM definieert als: de dynamische motivatie die een individu heeft om het maatschappelijke belang te dienen waarbij deze motivatie continue bloot staat aan invloeden vanuit de omgeving (Schott et al., 2019). Betreffende deze tweede definiëring staat de sociologische, politieke en maatschappelijke omgeving van het individu centraal (Kjeldsen & Jacobsen, 2013; Ward,

2014; Schott et al., 2019). Binnen deze omgeving zijn er immers antecedenten te vinden die de mate van aanwezigheid van public service motivation continue beïnvloeden. Deze antecedenten binnen de tweede definitie maken het dat de hoogte van public service motivation binnen een individu variabel is en continue beïnvloed wordt.

De rol van de media in relatie tot PSM

Indien wordt uitgegaan van deze tweede definitie is het relevant om naar potentiële antecedenten te kijken. Als PSM namelijk dynamisch is zorgen deze antecedenten er namelijk voor dat PSM verandert (Kjeldsen & Jacobsen, 2013; Ward, 2014). Een individu bevindt zichzelf namelijk in een bepaalde maatschappelijke context die antecedenten bevat. Deze antecedenten hebben invloed op de aanwezige mate van PSM. Deze antecedenten zouden de verandering in de mate van PSM binnen individuen over tijd kunnen verklaren. Volgens Bennett (2009) heeft de media een zeer grote invloed op de motivatie van publieke ambtsdragers en vormt daarmee een antecedent op PSM. De media zijn namelijk niet alleen onderdeel van de maatschappelijke omgeving van publieke ambtsdragers, maar de media geven deze omgeving ook medevorm (Mazzoleni, 2008). De media zijn een belangrijke factor in hoe de bestuurlijke en politieke wereld van een wethouder eruitziet en hebben daarmee een invloed op de beleefwereld van ambtsdragers. Door deze invloed kunnen de media een antecedent zijn op de PSM van publieke ambtsdragers. Deze invloed op ambtsdragers geldt voor de oude media, bijvoorbeeld fysieke kranten (Bennett, 2009). Ook geldt deze invloed voor de nieuwe media, bijvoorbeeld sociale media en gedigitaliseerde media. Deze invloed is aanwezig, omdat zowel burgers als politieke ambtsdragers grotendeels afhankelijk zijn van mediakanalen voor hun informatievoorziening (Adriaansen & Van Praag, 2010). Mediakanalen zowel nieuw als oud zijn echter onderhevig aan medialogica (Mazzoleni, 2008). Zo handelen mediabedrijven vanuit het perspectief dat ze hun nieuws willen verkopen. Deze medialogica valt vervolgens te zien als de manier waarop de media de sociale werkelijkheid interpreteert en omzet naar nieuwsberichten. De interpretatie van deze sociale werkelijkheid en deze werkelijkheid vervolgens omzetten naar nieuwsberichten is echter onderhevig aan biases (Bennett, 2009). Deze biases kunnen geleid tot de grote invloed die de media heeft op publieke ambtsdragers een antecedent vormen op de public service motivation van de desbetreffende ambtsdragers.

De personalisatiebias als antecedent van public service motivation

Bennett (2009) identificeert de personalisatiebias waaraan berichtgeving in de media onderhevig is. Deze bias kan volgens Bennett gedefinieerd worden als: de journalistieke bias om voorkeur te geven aan individuele actoren ten koste van de grotere sociale, politieke of maatschappelijke context. Deze definitie van Bennett wordt binnen de academische literatuur omtrent biases in de media veelvuldig gebruikt (Korthagen & Van Meerkerk, 2014). De werken van Bennett dienen binnen de academische literatuur als sleutelstuk als het gaat om de personalisatiebias.

Individen worden bij deze journalistieke neiging specifiek in beeld gebracht ten koste van de grotere context van het verhaal, zelfs als deze individuen niet direct relevant zijn voor het verhaal dat door de media in beeld wordt gebracht. Volgens de bestuurskundige literatuur die zichzelf richt op biases, oftewel behavioral public administration valt een bias als volgt te definiëren: een niet optimaal besluit dat voortkomt uit structurele handel- en denkfouten (Ariely, 2008). Gelet op dat de media handelen vanuit de medialogica en vooral het nieuws publiceren wat verkoopt sluipt er een structurele handelingsfout in nieuwsberichten (Mazzoleni, 2008). Deze neiging om nieuws te publiceren wat verkoopt, leidt tot een onbewuste handelingsfout om het nieuws zo te structureren dat het zoveel mogelijk kijk- of leescijfers krijgt. Eén van deze structurele handelingsfouten om nieuws onbewust zo te structureren dat het verkoopt wordt de personalisatiebias genoemd (Bennett, 2009). Nieuws wat sterk op individuen focust verkoopt immers beter. Dit biedt namelijk een gezicht bij het verhaal waarmee de lezer zichzelf kan identificeren.

Volgens Metz, Kruijkemeier en Lecheler (2020) valt de personalisatiebias te zien als het specifiek in beeld brengen van individuen ten koste van de context. De aandacht in het mediabericht verschuift van de context en groepen of instituties naar individuen. Het grotere verhaal gaat door deze bias verloren. Volgens Korthagen en Van Meerkerk (2014) heeft de personalisatiebias een grote invloed op wethouders en andere publieke ambtsdragers. Zo verlegt de personalisatiebias de focus in het bericht van de grotere context naar individuele ambtsdragers. Hierdoor wordt het succes of falen van beleid volledig aan individuele ambtsdragers toegeschreven in plaats van aan de grotere context en de achterliggende beleidsprocessen (Klijn et al., 2016). Specifiek de personalisatiebias heeft een grote invloed op individuele ambtsdragers. Aangezien dat de media vanwege de personalisatiebias het succes of falen van beleid volledig aan individuele wethouders toe kan schrijven kan dit een impact hebben op de PSM van desbetreffende wethouders. Hierdoor kan het namelijk lijken dat de gehele maatschappelijke context je tegenwerkt of juist met je meewerkt. Als de media de schuld volledig bij één wethouder legt is het wethouderschap het dan nog wel waard? Immers maakt het de drempel om jezelf in te zetten voor de maatschappij hoger. Andersom gaat hetzelfde verband op.

Indien het mediabericht alle complimenten bij de wethouder neerlegt, wordt het dienen van de maatschappij dan makkelijker?

Naast het bovenstaande effect maakt de personalisatiebias mediaberichten tevens persoonlijker (Korthagen & Van Meerkerk, 2014). Door de personalisatiebias leven mensen zichzelf namelijk makkelijker in met de gepersonaliseerde persoon of ambtsdrager in het mediabericht. Hierdoor wordt het effect van het mediabericht op individuen die het mediabericht lezen groter. Deze vergrootte inleving kan andere wethouders het beeld doen schetsen dat de gebeurtenissen in nieuwsberichten hun ook kan overkomen. Hierdoor kan het lijken dat de maatschappelijke context en bijbehorende antecedenten een stuk vijandiger of positiever zijn dan ze eigenlijk zijn. Klein et al. (2016) omschrijven het effect dat de personalisatiebias kan hebben op de perceptie die wethouders hebben bij hun publieke werkzaamheden en daarmee hun PSM. Zo kan een positieve berichtgeving met daarin de personalisatiebias een belangrijke stimulerende factor zijn om de maatschappij te willen dienen. Gelet op dat wethouders afhankelijk zijn van de media voor hun informatievoorziening worden zij onbewust continue geconfronteerd met de personalisatiebias. Deze personalisatiebias kan door bovenstaande genoemde effecten een groot antecedent vormen op de PSM van wethouders (Bennett, 2009).

De personalisatiebias kan ingekaderd worden aan de hand van de overkoepelende dimensie 'geconcentreerde zichtbaarheid'. Zo speelt geconcentreerde zichtbaarheid binnen de personalisatiebias een cruciale rol (Van Aelst, Sheaffer & Stanyer, 2012). Metz et al. (2020) omschrijft hierbij als aanvulling dat deze dimensie geconcentreerde zichtbaarheid als overkoepelend kan worden gezien. Zo staan er onder deze dimensie drie andere dimensies, respectievelijk: emotie, privé-communicatie en professionalisme. Deze overkoepelende dimensie, geconcentreerde zichtbaarheid, kan worden gezien als de nadruk leggen op één persoon binnen het bericht in plaats van meerdere personen (Van Aelst et al., 2012). Indien er sprake is van geconcentreerde zichtbaarheid wordt er slechts over één persoon gesproken. Indien er meerdere personen worden benoemd is er geen sprake van geconcentreerde zichtbaarheid. Als er sprake is van geconcentreerde zichtbaarheid en dus van de personalisatiebias staan er één of twee individuen centraal en wordt er verder niet over meerdere individuen gesproken (Bennett, 2009). Ook wordt er vervolgens geen grotere context aangehaald of over verdere instituties gesproken. Hierdoor concentreert de zichtbaarheid in het artikel zich op één individu. Deze 'geconcentreerde zichtbaarheid' kan volgens Van Aelst et al. (2012) gezien worden als het achterliggende mechanisme achter de personalisatiebias. Door deze geconcentreerde zichtbaarheid verdwijnt immers de context naar de achtergrond en worden vervolgens één of twee individuen sterk belicht.

Kortom, door de personalisatiebias leven mensen zichzelf makkelijker in met de persoon in een mediabericht (Korthagen & Van Meerkerk, 2014). Wethouders zullen zichzelf op hun beurt makkelijker in kunnen leven in wethouders waarover gepersonaliseerd gesproken wordt in mediaberichten. Tevens verlegt de personalisatiebias de focus in mediaberichten waardoor het succes of het falen volledig aan individuele ambtsdragers wordt toegeschreven (Klijn et al., 2016). Indien wethouders deze berichten lezen over andere wethouders of over zichzelf kan dit de PSM van de desbetreffende wethouder beïnvloeden. Als immers het succes of het falen volledig aan één wethouder wordt toegeschreven door de personalisatiebias kan dit de motivatie om het maatschappelijk belang te dienen beïnvloeden. Ook kan een verhoogde identificatie met de persoon in het nieuwsbericht leiden tot een verhoogde impact op public service motivation (Korthagen & Van Meerkerk, 2014). Gelet op de bovenstaande effecten van de personalisatiebias is het goed mogelijk dat deze bias een effect heeft op PSM. Het maatschappelijk beeld voortkomend uit het nieuwsbericht dat wethouders hebben bij het wethouderschap is bepalend voor de hoeveelheid aanwezige public service motivation (Kjeldsen & Jacobsen, 2013). Zij moeten de maatschappij vanuit het ambt wethouder immers dienen.

De personalisatiebias in relatie tot de negativiteitsbias

De media hebben de mogelijkheid om diverse berichten over wethouders te publiceren. Binnen de media worden er zowel negatieve als positieve nieuwsartikelen over wethouders gepubliceerd. Wethouders trekken zichzelf de inhoud van negatieve nieuwsberichten zeer stevig aan (Castenmiller, Meesters & Pluut, 2006). Zo treden zij uit eigen beweging veelvuldig af door negatieve mediapublicaties. Volgens Klijn et al. (2016) laten wethouders negatieve informatie vanuit mediaberichten zeer sterk meewegen. Bij één van de drie opgestelde subgroepen wethouders door Klijn et al. wordt positieve informatie vanuit de media door de wethouders helemaal niet meegewogen in hun besluitvorming.

De wethouders zijn, indien zij negatieve informatie zwaarder mee laten wegen dan positieve informatie onderhevig aan de negativiteitsbias. Deze negativiteitsbias valt te definiëren als het zwaarder mee laten wegen en het beter onthouden van negatieve informatie ten opzichte van positieve informatie door individuen (Hibbing, Smith & Alford, 2014). Negatieve informatie wordt door wethouders zwaarder meegewogen in de besluitvorming dan positieve informatie (Klijn et al., 2016). In negatieve berichtgeving over wethouders raakt de personalisatiebias mogelijk dus aan een andere bias namelijk de negativiteitsbias. Het effect van de personalisatiebias op individuen kan

volgens de wetenschappelijke literatuur vergroot worden door de negativiteitsbias (Van der Meer, Hameleers & Kroon, 2020; Bennett, 2009). Mensen onthouden negatieve informatie namelijk beter waardoor de personalisatiebias in een negatief nieuwsbericht meer invloed zal hebben ten opzichte van de personalisatiebias in een positief nieuwsbericht. De negativiteitsbias kan het effect van de personalisatiebias in negatieve mediaberichten versterken (Van der Meer et al., 2020). Er wordt voor dit effect een hypothese opgesteld. De eerste hypothese luidt als volgt:

H1: De personalisatiebias in een negatief media bericht zal een groter negatief effect hebben op de hoeveelheid public service motivation van wethouders dan de personalisatiebias in een positief mediabericht een positief effect heeft.

De negativiteitsbias zal immers het effect van de personalisatiebias in het negatieve mediabericht vergroten vanwege een verhoogde focus en het beter onthouden van negatieve informatie. Negatieve informatie wordt door mensen immers zwaarder meegewogen dan positieve informatie (Hibbing, Smith & Alford, 2014). Hierdoor zal het effect van de personalisatiebias in het negatieve mediabericht groter zijn dan in het positieve mediabericht. De eerste hypothese bevat twee classificaties in de vorm van een positief effect in het geval van een positief mediabericht en een negatief effect in het geval van een negatief mediabericht. Afhankelijk van het type bewoording binnen het mediabericht zal de personalisatiebias een ander effect hebben. De invloed van het type bewoording op de impact van de personalisatiebias komt hieronder met bijpassende hypothesen aan de orde.

De media kunnen twee typen bewoording hebben binnen hun nieuwsberichten, namelijk een positieve bewoording of een negatieve bewoording. Door de personalisatiebias worden successen of mislukkingen volledig aan individuele ambtsdragers toegeschreven (Klijn et al., 2016). Bij een positieve bewoording worden alle successen aan één individuele wethouder toegeschreven. Bij falen worden echter alle berispingen aan één wethouder toegeschreven indien er sprake is van de personalisatiebias. Het maatschappelijk beeld voortkomend uit het type bewoording binnen de mediaberichten is dus cruciaal als het gaat om de invloed die de personalisatiebias zal hebben. Uit het voorgaande kunnen twee hypothesen gecreëerd worden. De tweede hypothese luidt als volgt:

H2: Indien de personalisatiebias in een positief mediabericht aanwezig is zal de public service motivation van de wethouders stijgen.

Immers zal een positief maatschappelijk beeld binnen het nieuwsbericht versterkt door de personalisatiebias naar verwachting een positief effect hebben op de hoeveelheid public service motivation van wethouders. Bij een nieuwsbericht met een positieve bewoording die de personalisatiebias bevat zullen namelijk alle successen aan één ambtsdrager toegeschreven worden.

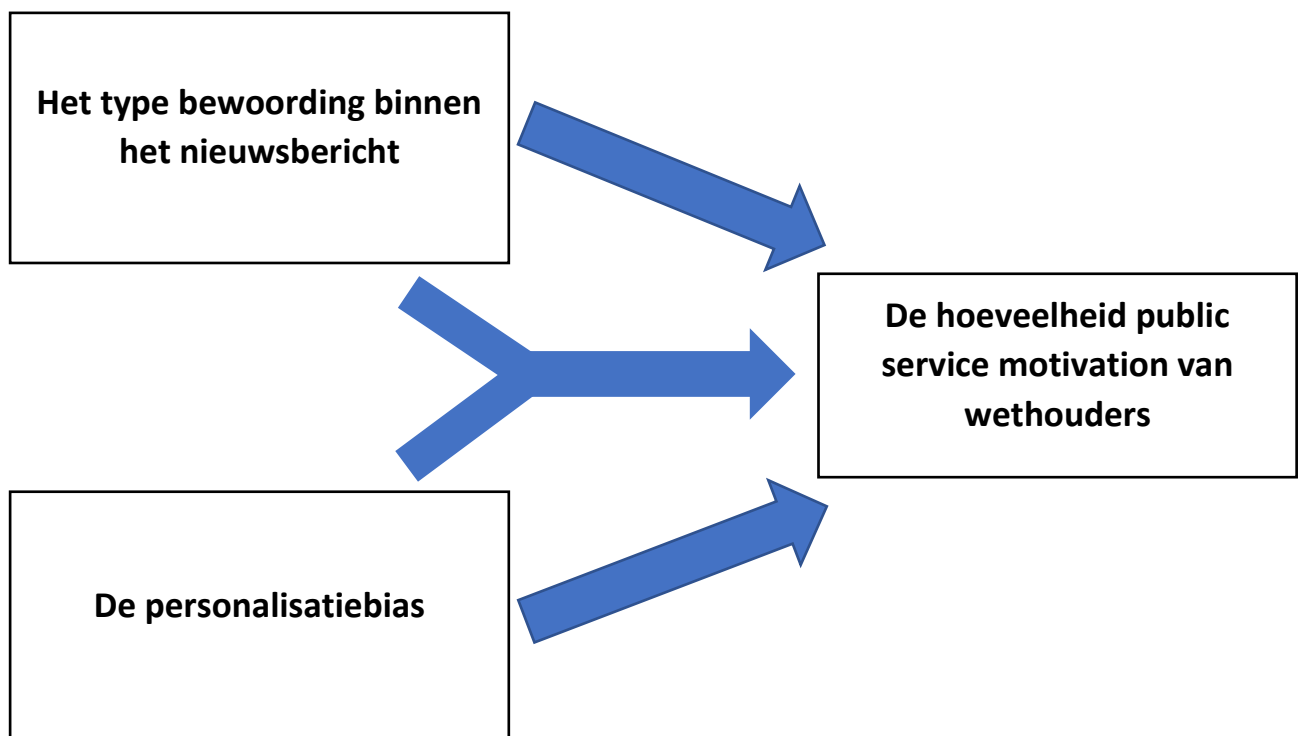
Dit zou de bereidheid om de maatschappij te willen dienen kunnen verhogen. Vervolgens de derde en laatste hypothese, de derde hypothese is als volgt:

H3: Indien de personalisatiebias in een negatief mediabericht aanwezig is zal de public service motivation van de wethouders dalen.

Zo zal een negatief maatschappelijk beeld binnen het nieuwsbericht versterkt door de personalisatiebias naar verwachting een negatief effect hebben op de hoeveelheid public service motivation van wethouders. Bij een nieuwsbericht met een negatieve bewoording die de personalisatiebias bevat zullen namelijk alle berispingen aan één ambtsdrager toegeschreven worden. De bereidheid om jezelf in te willen zetten voor de maatschappij zou hierdoor kunnen dalen.

Conceptueel model

Hieronder is de personalisatiebias en het type bewoording binnen mediaberichten in relatie tot de hoeveelheid public service motivation van wethouders uiteengezet in een conceptueel model. Binnen dit conceptueel model zijn er twee onafhankelijke variabelen waarneembaar. Dit betreft respectievelijk de personalisatiebias en het type bewoording binnen het nieuwsbericht. Deze twee onafhankelijke variabelen zullen verwerkt worden tot een full-factorial vignet experiment. Dit full-factorial experiment bestaat uit een 2*2 design waarbij vier vignetten zullen worden gebruikt. De hoeveelheid public service motivation van wethouders vormt binnen dit conceptueel model de afhankelijke variabele. De personalisatiebias zal gelet op het 2*2 design gecombineerd worden met zowel een negatieve bewoording en een positieve bewoording als het gaat om de invloed op PSM. Tevens zal het type bewoording, zowel positief als negatief zonder de personalisatiebias worden gebruikt. Visueel weergegeven moeten er drie pijlen getrokken worden tussen de afhankelijke variabele en de onafhankelijke variabelen binnen het conceptueel model, namelijk: Enkel de invloed van een bepaald type bewoording, enkel de invloed van de personalisatiebias en de invloed van personalisatiebias in combinatie met het type bewoording.



Figuur één: het conceptueel model

Methode

In dit derde hoofdstuk zal de gebruikte methode van dit onderzoek worden besproken. Allereerst zal de onderzoeksstrategie besproken worden. In de onderzoeksstrategie zal de gebruikte onderzoeksmethode aan de orde worden gesteld. Ook zal de respondentenselectie besproken worden. Na de respondentenselectie zal de operationalisering aan bod komen. Dit betreft de operationalisering van de onafhankelijke en de afhankelijke variabele. Vervolgens zullen het experimenteel design en de vignetten besproken worden in de vorm van een experimentele opzet paragraaf. Tenslotte zal worden afgesloten met de validiteit en de betrouwbaarheid van het onderzoek.

Onderzoeksstrategie en gebruikte methode

Om de onderzoeksvraag binnen deze scriptie te beantwoorden moet er gekeken worden naar een methode die het effect van de personalisatiebias en een positief of negatief type bewoording op public service motivation kan meten. Een bias heeft alleen haar oorspronkelijke werking indien de respondent zelf niet bewust is van deze bias (Fischhoff, 1981; Battaglio, Belardinelli, Nicola, & Cantarelli, 2019). Hier is in relatie tot de gekozen onderzoeksmethode rekening mee gehouden. Binnen dit onderzoek wordt er gebruik gemaakt van een vignet experiment. Dit betekent dat de respondenten allereerst een vignet te zien krijgen met daarin een manipulatie. Vervolgens worden er vragen gesteld om de afhankelijke variabele te meten die beïnvloed wordt door de manipulatie vanuit het vignet. Er wordt hierbij voor een vignet experiment gekozen, omdat de respondenten zich zo niet bewust zijn van de interventies in de vorm van de personalisatiebias en het type bewoording. Hierdoor blijft de reactie van de respondenten authentiek. Binnen dit onderzoek wordt er gewerkt met twee onafhankelijke variabelen, namelijk het type bewoording en de personalisatiebias. Deze onafhankelijke variabelen worden verwerkt in een full-factorial experiment met een 2*2 design.

Binnen het vignetexperiment wordt een between-subjects design toegepast. De respondenten krijgen slechts één vignet te zien. Zo kan immers worden gegarandeerd dat de effecten van de interventies niet door elkaar heen lopen. Door het between-subjects design wordt contaminatie voorkomen waardoor het effect van de manipulatie authentiek blijft (Mulder, Daalder, & Leeuw, 2013). Naast het garanderen dat de respondenten zich niet bewust zijn van de interventies wordt om nog een andere reden voor een experiment gekozen. Zo kenmerkt een experiment zich door een hoge interne validiteit waarbij het effect op PSM ook echt toe te schrijven zal zijn aan de

interventies (Maria & Luis, 2010). Hiermee kan optimaal worden onderzocht of de mate van PSM naar aanleiding van de interventies kan veranderen. De vraag of PSM een dynamisch concept is kan met een experiment valide worden beantwoord.

Er wordt binnen dit onderzoek gebruik gemaakt van een kwantitatieve methode in de vorm van een survey om PSM te meten. Met een survey kan immers het grootst mogelijke aantal wethouders bereikt worden. Deze keuze voor een survey heeft een positieve invloed op de grote van de sample. Dit komt de betrouwbaarheid van het onderzoek ten goede.

Voor het uitzetten van het vignetexperiment en de survey wordt het programma Qualtrics gebruikt. Allereerst zal binnen Qualtrics het informed consent formulier aan de respondenten gepresenteerd worden om zo toestemming te vragen voor het onderzoek. Hierna zullen de respondenten één van de vignetten zien. Vervolgens krijgen alle respondenten een aantal vragen in de vorm van een survey om de aanwezige hoeveelheid PSM te meten. Hierbij zal de gevalideerde schaal van Naff en Crum (1999) gebruikt worden om PSM te meten. Vervolgens zullen er een viertal vragen worden gesteld met betrekking tot de meer algemene kenmerken van de respondenten. De kenmerken die uitgevraagd zullen worden zijn respectievelijk: leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en de relatie tot het wethouderschap. Bij de relatie tot het wethouderschap zijn drie opties mogelijk namelijk: het zijn van voormalig wethouder, het op dit moment zijn van wethouder of het zijn van kandidaat wethouder. Deze kenmerken zullen uitgevraagd worden om te zien of de respondenten willekeurig over de vignetten zijn verdeeld. Deze stap is nodig, omdat zo te controleren valt of een verandering in PSM toe te schrijven valt aan de interventie en niet aan andere externe variabelen.

Respondentenselectie

In Nederland zijn er in een normale situatie ongeveer 1400 zittende wethouders (Wethoudersvereniging, z.d.). Echter bleek tijdens het uitzetten van de survey dat slechts 1058 wethoudersposten op dit moment te bereiken zijn. Dit kan komen door afgetreden wethouders die (nog) niet vervangen zijn door nieuwe wethouders of door collegewisselingen voortkomend uit de gemeenteraadsverkiezingen van maart 2022. Ook hebben er de afgelopen jaren een aantal herindelingen van gemeenten plaatsgevonden waardoor er ook minder wethouders zijn. De populatie waar dit onderzoek op focust zijn de 1058 huidige wethouders, 132 voormalig wethouders en 68 kandidaat wethouders. Hierbij wordt het experiment en de survey naar alle 1058 wethouders, 132 voormalig wethouders en 68 kandidaat wethouders verstuurd. Er wordt gebruik gemaakt van een convenience sample onder deze populatie. Hoewel dat de survey namelijk naar de gehele populatie

wordt verstuurd ligt de keuze altijd bij de respondenten zelf om ook daadwerkelijk deel te nemen aan het onderzoek. Gelet op dat dit onderzoek zichzelf richt op de PSM van wethouders is het logisch om naar de huidige wethouders te kijken. Er treden echter meer wethouders af dan ooit, het is daarom interessant om ook voormalig wethouders mee te nemen (Bouwman, 2020; Pointer, 2022). Immers kennen deze voormalig wethouders de klappen van de zweep en zijn deze voormalig wethouders misschien zelfs wel afgetreden door een daling van hun public service motivation. De survey wordt daarom tevens verstuurd naar 132 voormalig wethouders aangesloten bij het alumninetwerk van de Wethoudersvereniging. Er is echter nog een groep die consistent geconfronteerd wordt met berichtgeving in de media en die er desondanks toch voor kiest om zichzelf aan het wethouderschap te willen verbinden. Het is daarom interessant en relevant om naast huidig en voormalig wethouders ook kandidaat wethouders mee te nemen in dit onderzoek. De survey wordt daarom ook verstuurd naar 68 kandidaat wethouders die meegedaan hebben aan bijeenkomsten van de Wethoudersvereniging.

Operationalisering

In deze paragraaf zijn de onafhankelijke variabelen en de afhankelijk variabele uiteengezet en geoperationaliseerd. Respectievelijk zijn de personalisatiebias, het type bewoording en public service motivation hieronder uiteengezet.

Om het concept public service motivation te meten bestaan er diverse schalen. Binnen de wetenschappelijke literatuur is PSM een goed onderzocht concept waarbij er onderliggende dimensies onderscheden kunnen worden (Perry, 1996). Aangezien er binnen dit onderzoek gewerkt wordt met een vignet experiment is het van belang dat er zo'n kort mogelijke schaal wordt gebruikt. Immers moeten de respondenten het vignet nog wel in hun hoofd houden terwijl ze de survey invullen. Bij een lange survey wordt het risico gelopen dat de respondenten zich niet meer bewust zijn van het vignet en de interventie geen effect meer heeft. Binnen dit onderzoek wordt daarom de schaal van Naff en Crum (1999) gebruikt. Deze gevalideerde schaal bouwt voort op het sleutelstuk van Perry (1996) die de dimensies en bijbehorende vragen om de mate van PSM te meten pionierde. Naff en Crum bouwde de oorspronkelijk schaalitems van Perry met 24 items om naar slechts 6 items, oftewel 1 of 2 items per dimensie. Hiermee wordt de schaal ingekort en is daarmee geschikt voor vignetonderzoek. Deze schaal van Naff en Crum dient op zijn beurt weer als sleutelstuk voor andere ingekorte schalen om PSM te meten (Vandenabeele & van de Walle, 2008). De schaal van Naff en Crum (2008) is gebruikt binnen dit onderzoek, omdat een schaal met zes items optimaal aansluit bij

de focus van de respondenten. Indien een langere schaal wordt gebruikt wordt het risico gelopen dat de interventie binnen het vignet zijn effect verliest. Deze schaal van Naff en Crum is in dit onderzoek allereerst vertaald naar het Nederlands. Ten tweede is bij de vraag *'Het doen en laten van het openbaar bestuur spreekt me aan.'* de ontkenning uit de vraag gehaald. Dit bevordert de duidelijkheid van de vraag waardoor de dimensie beter kan worden gemeten (Ritz, 2011).

Er wordt binnen dit onderzoek gekozen om alle vier de dimensies van PSM mee te nemen, ook de dimensie zelfopoffering. Hoewel er binnen de academische literatuur een discussie bestaat over de validiteit van deze dimensie wordt deze dimensie binnen dit onderzoek toch meegenomen (Coursey & Pandey, 2007). Immers speelt zelfopoffering terwijl er een kritisch maatschappelijk beeld is over wethouders een cruciale rol. Deze bereidheid tot zelfopoffering in een negatieve situatie maakt het immers dat een wethouder de maatschappij wil dienen.

De onafhankelijke variabelen, oftewel de personalisatiebias en het type bewoording zullen als interventies in de vignetten worden gestopt. De personalisatiebias zal door middel van de overkoepelende dimensie 'geconcentreerde zichtbaarheid' geoperationaliseerd worden (Van Aelst et al., 2012). In het woordelijke vignet betekent dit dat indien er sprake is van de personalisatiebias er enkel 'de wethouder' genoemd zal worden. Indien er echter geen sprake is van geconcentreerde zichtbaarheid (en dus ook niet van de personalisatiebias) zullen ook andere actoren zoals maatschappelijke organisaties en de gemeente naast de wethouder genoemd worden. Hiermee kan de personalisatiebias effectief gefundeerd vanuit de wetenschappelijke literatuur in de vignetten gebruikt worden (Van Aelst et al., 2012; Metz et al., 2020). Deze overkoepelende dimensie 'geconcentreerde zichtbaarheid' maakt het dat er vier vignetten kunnen worden gebruikt. Er hoeven naast 'geconcentreerde zichtbaarheid' immers geen verdere dimensies te worden getoetst waarbij voor ieder te toetsen dimensie extra vignetten nodig zouden zijn. Door het aantal vignetten op deze manier te beperken stijgt de betrouwbaarheid, omdat er een groter aantal respondenten overblijft per vignet. De tweede onafhankelijke variabele, oftewel het type bewoording zal op twee manieren als interventie in de vignetten worden gestopt. Bij een positief type bewoording zullen er positieve woorden gebruikt worden, zoals: succes, slagen en een groot compliment. Bij een negatief type bewoording zullen negatieve woorden gebruikt worden, respectievelijk: mislukking, falen en een grote berisping. De onafhankelijke variabelen, oftewel de personalisatiebias en het type bewoording zullen worden verwerkt in een full-factorial experiment (2*2). Binnen dit full-factorial experiment zullen vier vignetten worden gebruikt. De vignetten met daarin de personalisatiebias en het type bewoording verwerkt als interventies staan hieronder in de paragraaf 'experimentele opzet' weergegeven. Tevens is op de volgende pagina is de operationalisatietabel weergegeven. Hierin zijn

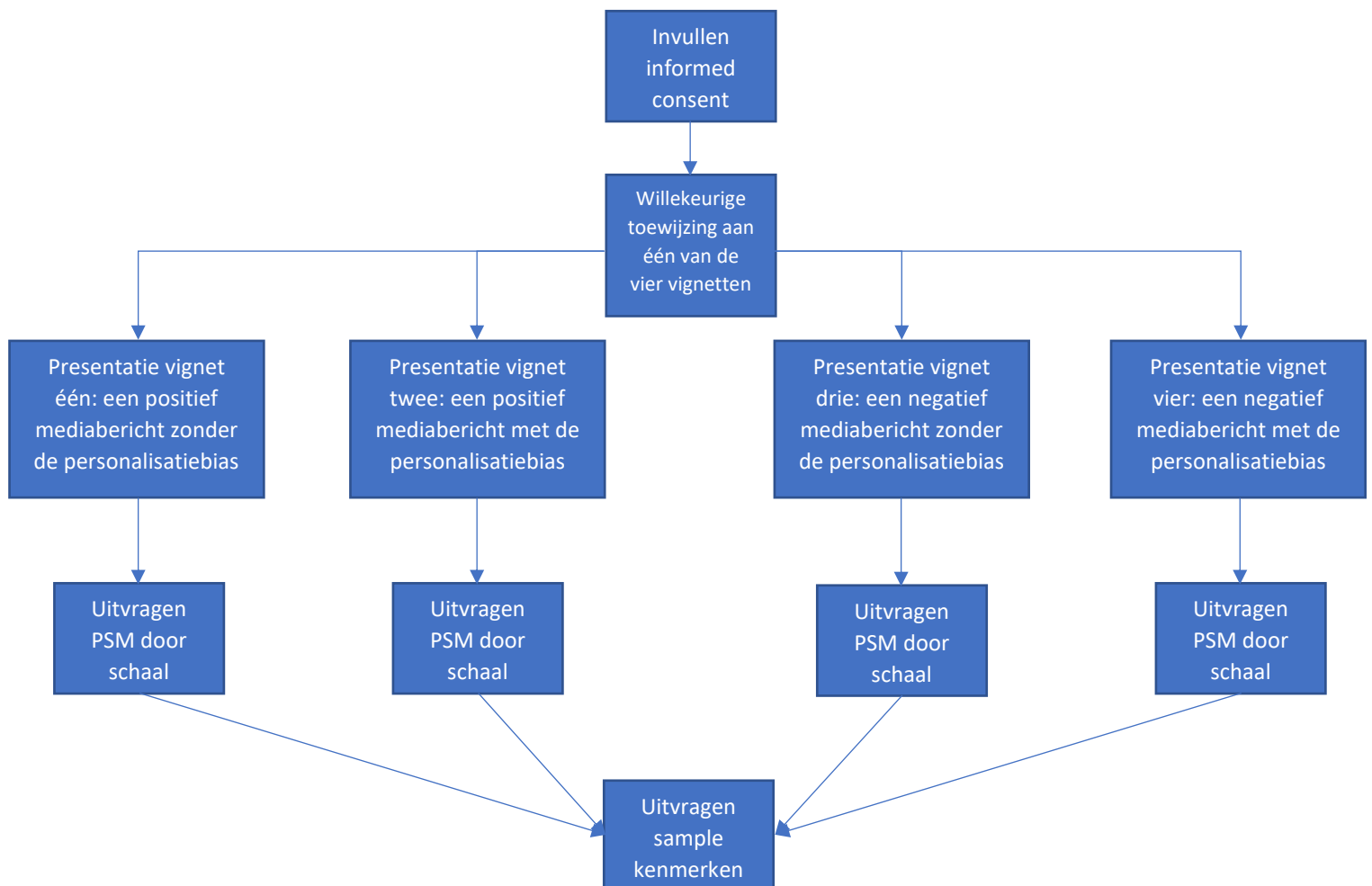
het concept, de definitie, de indicatoren/de gebruikte vragen of de gebruikte vignetten weergegeven.

Concept	Definiëring	Dimensies	Indicatoren/vragen bij dimensies
Public service motivation (de afhankelijke variabele)	Het hebben van een bepaalde hoeveelheid motivatie om bij te dragen aan het publieke belang en de maatschappij daarbij te dienen (Perry & Hondeghem, 2008).	Aantrekkingskracht tot het maken van publiek beleid	- Het doen en laten van het openbaar bestuur spreekt me aan.
		Toewijding aan het publiek belang	- Ik vind een betekenisvol openbaar bestuur belangrijk. - Ik ben niet bang om mezelf voor de rechten van anderen in te zetten. Zelfs als ik het risico loop daarvoor bespot te worden.
		Compassie	- Ik word er dagelijks aan herinnerd hoe afhankelijk we van elkaar zijn.
		Zelfopoffering	- Een verschil maken in de samenleving betekent meer voor mij dan persoonlijke prestaties. - Ik ben bereid grote offers te brengen voor het welzijn van de samenleving.
Concept	Definiëring	Dimensie	De gebruikte vignetten
De personalisatiebias (onafhankelijke variabele)	De journalistieke bias om voorkeur te geven aan individuele actoren ten koste van de grotere sociale, politieke of maatschappelijke context (Bennett, 2009).	Geconcentreerde zichtbaarheid	Er worden vier vignetten in de vorm van een full-factorial (2*2) gebruikt. Hierbij is in twee vignetten sprake van geconcentreerde zichtbaarheid. In de overige twee vignetten is er geen sprake van geconcentreerde zichtbaarheid. Van deze vier vignetten hebben er twee een positief type bewoording en twee een negatief type bewoording, oftewel: - Een positief mediabericht met de personalisatiebias - Een positief mediabericht zonder de personalisatiebias - Een negatief mediabericht met de personalisatiebias - Een negatief mediabericht zonder de personalisatiebias

Tabel één: de operationalisatietabel

Experimentele opzet

Binnen dit onderzoek wordt gewerkt met een experiment. Voor het experiment begint zal de informed consent worden gepresenteerd. Binnen dit experiment zullen er vier vignetten in de vorm van een full-factorial (2*2) gebruikt worden. Respectievelijk betreft dit de volgende vignetten: één vignet met de personalisatiebias waarin positief wordt gesproken over wethouders, één vignet met de personalisatiebias waarin negatief wordt gesproken over wethouders, één vignet zonder de personalisatiebias waarin positief wordt gesproken over wethouders en één vignet zonder de personalisatiebias waarin negatief wordt gesproken over wethouders. Na het zien van één vignet zal de schaal om de hoeveelheid PSM te meten aan de respondenten worden voorgelegd. Er wordt hierbij gebruik gemaakt van een Likertschaal met 7 punten. Tenslotte zal worden afgesloten met het viertal vragen zoals hierboven omschreven om de groepskenmerken te meten. Met deze vragen kan immers worden gecontroleerd of de respondenten correct over de vignetten gerandomiseerd zijn. Door deze controle wordt gecontroleerd of het effect op PSM volledig aan de bias toe te schrijven is. De surveyflow is hieronder uiteengezet.



Figuur 2: surveyflow

Binnen dit onderzoek wordt er gebruik gemaakt van twee mediaberichten met een positief type bewoording en twee mediabericht met een negatief type bewoording. Hierdoor kunnen de effecten van de personalisatiebias in een negatief mediabericht en een positief mediabericht met elkaar vergeleken worden. Dit biedt de kans om te kijken naar het verschil in de grote van het effect tussen de negatieve mediaberichten en de positieve mediaberichten. Het is interessant om naar dit verschil te kijken, omdat de personalisatiebias versterkt kan worden door de negativiteitsbias (Van Meer et al., 2020). Negatieve informatie wordt namelijk zeer zwaar meegewogen door wethouders in hun besluitvorming (Klijn et al., 2016). Deze negatieve informatie wordt door wethouders zwaarder meegewogen in hun besluitvorming dan positieve informatie. Hierdoor wordt de personalisatiebias mogelijk versterkt door de negativiteitsbias (Van Meer et al., 2020). Op de volgende pagina zijn de vier vignetten woordelijk weergegeven. In blauw zijn de manipulaties in relatie tot de personalisatiebias weergegeven. Indien de personalisatiebias aanwezig is wordt enkel de wethouder genoemd. Indien de personalisatiebias niet aanwezig is worden naast de wethouder de gemeente en diverse ambtelijke organisaties ook genoemd. In rood/groen zijn de positieve of negatieve bewoordingen weergegeven.

	Negatief	Positief
Personalisatiebias aanwezig	<p>Je leest hieronder een hypothetische situatie:</p> <p>Van één van je collega's hoor je dat een wethouder die je kent in de krant staat naar aanleiding van een project waarbij hij betrokken was. Dit wekt je interesse en je leest het mediabericht op de desbetreffende nieuwswebsite:</p> <p style="text-align: center;">Mislukking bij de Lindehorst</p> <p>Afgelopen week werd er in de gemeenteraad gesproken over vastgoedproject de Lindehorst. Het is al jaren eens wens om hier appartementen te realiseren. Deze bespreking vond plaats naar aanleiding van het falen van de wethouder om het project in goede banen te leiden. De wethouder kreeg hierbij een grote berisping voor de loop van het project. De gemeenteraad praat volgende week verder over het project bij de Lindehorst.</p> <p>Na het lezen van dit nieuwsbericht lees je diverse andere nieuwsberichten niet gelieerd aan het openbaar bestuur op deze website. Na het lezen van deze nieuwsberichten sluit je de website af.</p>	<p>Je leest hieronder een hypothetische situatie:</p> <p>Van één van je collega's hoor je dat een wethouder die je kent in de krant staat naar aanleiding van een project waarbij hij betrokken was. Dit wekt je interesse en je leest het mediabericht op de desbetreffende nieuwswebsite:</p> <p style="text-align: center;">Succes bij de Lindehorst</p> <p>Afgelopen week werd er in de gemeenteraad gesproken over vastgoedproject de Lindehorst. Het is al jaren eens wens om hier appartementen te realiseren. Deze bespreking vond plaats naar aanleiding van het slagen van de wethouder om het project in goede banen te leiden. De wethouder kreeg hierbij een groot compliment voor de loop van het project. De gemeenteraad praat volgende week verder over het project bij de Lindehorst.</p> <p>Na het lezen van dit nieuwsbericht lees je diverse andere nieuwsberichten niet gelieerd aan het openbaar bestuur op deze website. Na het lezen van andere nieuwsberichten sluit je de website af.</p>
Personalisatiebias niet aanwezig	<p>Je leest hieronder een hypothetische situatie:</p> <p>Van één van je collega's hoor je dat een wethouder die je kent in de krant staat naar aanleiding van een project waarbij hij betrokken was. Dit wekt je interesse en je leest het mediabericht op de desbetreffende nieuwswebsite:</p> <p style="text-align: center;">Mislukking bij de Lindehorst</p> <p>Afgelopen week werd er in de gemeenteraad gesproken over vastgoedproject de Lindehorst. Het is al jaren eens wens om hier appartementen te realiseren. Deze bespreking vond plaats naar aanleiding van het falen van de gemeente, de wethouder en de diverse maatschappelijke organisaties om het project in goede banen te leiden. Zowel de gemeente, de wethouder en de diverse maatschappelijke organisaties kregen hierbij een grote berisping voor de loop van het project. De gemeenteraad praat volgende week verder over het project bij de Lindehorst.</p> <p>Na het lezen van dit nieuwsbericht lees je diverse andere nieuwsberichten niet gelieerd aan het openbaar bestuur op deze website. Na het lezen van deze andere nieuwsberichten sluit je de website af.</p>	<p>Je leest hieronder een hypothetische situatie:</p> <p>Van één van je collega's hoor je dat een wethouder die je kent in de krant staat naar aanleiding van een project waarbij hij betrokken was. Dit wekt je interesse en je leest het mediabericht op de desbetreffende nieuwswebsite:</p> <p style="text-align: center;">Succes bij de Lindehorst</p> <p>Afgelopen week werd er in de gemeenteraad gesproken over vastgoedproject de Lindehorst. Het is al jaren eens wens om hier appartementen te realiseren. Deze bespreking vond plaats naar aanleiding van het slagen van de gemeente, de wethouder en de diverse maatschappelijke organisaties om het project in goede banen te leiden. Zowel de gemeente, de wethouder en de diverse maatschappelijke organisaties kregen hierbij een groot compliment voor de loop van het project. De gemeenteraad praat volgende week verder over het project bij de Lindehorst.</p> <p>Na het lezen van dit nieuwsbericht lees je diverse andere nieuwsberichten niet gelieerd aan het openbaar bestuur op deze website. Na het lezen van deze andere nieuwsberichten sluit je de website af.</p>

Tabel twee: de vignetten woordelijk weergegeven.

Validiteit en betrouwbaarheid

In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van de schaal van Naff en Crum (1999) om de afhankelijke variabele public service motivation te meten. Deze schaal is ontwikkeld vanuit de schaal opgesteld binnen het sleutelstuk van Perry (1996). Hoewel deze schaal kort is zoals hierboven omschreven wordt deze schaal binnen de academische literatuur veelvuldig gebruikt. Zo zijn er diverse artikelen binnen de wetenschappelijke literatuur die op deze schaal voortbouwen (Vandenabeele & Van de Walle, 2008). Hoewel deze schaal slechts één of twee items per dimensie heeft is er dus toch sprake van een gevalideerde schaal. Er kan worden gesteld dat met deze schaal de interne validiteit wordt gewaarborgd. Deze ingekorte schaal is noodzakelijk om het risico te voorkomen dat de interventie binnen het vignet zijn effect verliest doordat de respondenten vanwege de lengte van de survey het vignet niet meer helder hebben.

Het experimentele design van dit onderzoek waarborgt tevens een hoge interne validiteit. Zo wordt er immers gebruikt gemaakt van een between-subjects design waarbij de respondenten slechts één vignet te zien krijgen. De interne validiteit wordt door dit design groter (Field, 2017). Door een between-subjects design wordt namelijk contaminatie voorkomen. Een traditioneel zwaktepunt van experimenten is de externe validiteit, oftewel de generaliseerbaarheid naar de maatschappelijke context (Maria & Luis, 2010). Om dit risico te borgen is er gekozen om in de vignetten zo dicht mogelijk bij de leefwereld van de wethouders te blijven. Om dit te bereiken zijn de vignetten gecontroleerd en nagelezen door diverse praktijkdeskundigen van de Wethoudersvereniging. Door deze check blijft de reactie van de respondenten authentiek en te generaliseren waardoor er toch sprake van een acceptabele externe validiteit (Field, 2017).

Tenslotte de betrouwbaarheid van dit onderzoek, oftewel de herhaalbaarheid van het onderzoek en daaraan gekoppeld de consistentie van de resultaten. Binnen dit onderzoek wordt gepoogd om de gehele populatie bij het onderzoek te betrekken. Zo wordt de survey uitgezonden naar 1058 huidige wethouders, 132 voormalig wethouders aangesloten bij het alumninetwerk van de Wethoudersvereniging en 68 kandidaat wethouders die meegedaan hebben aan bijeenkomsten van de Wethoudersvereniging. De survey uitzetten onder de gehele populatie komt de betrouwbaarheid ten goede. Als dit onderzoek namelijk wordt gerepliceerd worden grotendeels dezelfde respondenten ondervraagd. Uit de replicatie van dit onderzoek zouden naar alle waarschijnlijkheid dezelfde bevindingen voort moeten komen als de bevindingen die gedaan worden in dit onderzoek. Gelet op dat de survey naar de gehele populatie wordt uitgezonden bevat de sample een aanzienlijk deel van de populatie. Er zijn 183 respondenten beschikbaar voor de analyse. Dit heeft een positieve invloed op de betrouwbaarheid. Tevens is er op een andere manier gepoogd een hoge mate van

betrouwbaarheid te bereiken. Zo is binnen dit onderzoek bij de vraag *'Het doen en laten van het openbaar bestuur spreekt me aan'* een versimpeling aangebracht. Hierdoor zit er geen ontkenning meer in de vraag, waardoor de vraag voor respondenten makkelijker te begrijpen is. Hierdoor zullen respondenten consistent met hun houding antwoord kunnen geven en wordt de vraag niet per ongeluk anders geïnterpreteerd. Dit komt de consistentie van resultaten indien dit onderzoek herhaalt zou worden ten goede. Ook hierdoor stijgt de betrouwbaarheid.

Tenslotte is er op nog een andere manier gepoogd een hoog niveau van betrouwbaarheid te bereiken. Zo wordt de ingewonnen data consistent opgeslagen binnen Qualtrics waarna het in één keer wordt geïmporteerd naar SPSS. Hierdoor is er geen verlies van data, wat ook een positief effect heeft op de betrouwbaarheid.

Resultaten

In dit hoofdstuk zullen de resultaten van het onderzoek besproken worden. Allereerst begint dit hoofdstuk met het controleren van de dataset. In deze controle moet er gekeken worden of de respondenten de survey wel volledig en 'correct' hebben ingevuld. Na deze data inspectie zal er een paragraaf worden gewijd aan de beschrijvende statistiek. In deze paragraaf zal er worden ingegaan op de kenmerken van de dataset. Gelet op dat er wordt gewerkt met een schaal om PSM te meten zal er aan de schalenanalyse ook een paragraaf worden gewijd. Na de schalenanalyse zal de daadwerkelijke analyse geschieden om te zien of de personalisatiebias en het type bewoording een statistisch significant effect hebben op PSM.

Data inspectie

Deze dataset bevat 184 respondenten. Van deze 184 respondenten heeft één respondent de vragen om public service motivation te meten niet volledig ingevuld. Deze respondent wordt daarom niet meegenomen in de analyse. Er zijn tevens vier respondenten die de vragen over de samplekenmerken niet volledig ingevuld hebben. Deze vier respondenten hebben echter wel de schaal om PSM te meten volledig ingevuld. Aangezien zij deze schaal wel hebben ingevuld worden zij meegenomen in de daadwerkelijke analyse om de invloed van de interventies te meten. Alleen bij de analyse of de respondenten willekeurig over de vignetten verdeeld zijn zullen deze respondenten niet worden meegenomen. Tevens is er één respondent die alle vragen correct heeft ingevuld, maar op de vraag 'wat is je leeftijd' een 0 heeft ingevuld. Aangezien het waarschijnlijk is dat deze respondent de enquête wel serieus heeft ingevuld, maar vergeten is het getal voor de nul in te vullen wordt deze respondent wel meegenomen in de analyse. Alleen bij de analyse of de respondenten willekeurig over de vignetten verdeeld zijn wordt deze respondent als het gaat om de variabele leeftijd niet meegenomen. Gelet op dat deze respondent alle andere sample kenmerken wel correct heeft ingevuld wordt deze respondent aan de hand van deze sample kenmerken in deze analyse meegenomen.

Tevens is er gecontroleerd op statistisch significante outliers bij de uitkomstvariabele public service motivation. Hiervoor is gebruik gemaakt van Mahalanobis afstand. Met de regressieanalyse die later in dit hoofdstuk aan de orde zal komen is deze Mahalanobis afstand binnen SPSS berekent. Hieruit blijkt dat er geen statistisch significante multivariate outliers zijn.

Tenslotte de tijd die de respondenten aan de survey besteed hebben. Er zijn drie respondenten die een outlier vormen op de rest. Deze drie respondenten hebben respectievelijk 4387 seconden (73 minuten), 3780 seconden (63 minuten) en 1730 (28 minuten) in de survey besteed. Gelet op dat de interventie binnen het vignet enkel een effect kan hebben als de respondent het kan onthouden is het van belang dat de respondent niet te lang met de survey bezig is. Immers heeft de interventie binnen het vignet geen effect meer indien de respondent deze vergeten is. Bovenstaande drie respondenten zijn echter geen dagen met de survey bezig geweest. Het is dus goed mogelijk dat zij de survey aangeklikt hebben (en de tijd besteed in de survey begint te lopen) en vervolgens eerst hun andere mail hebben afgehandeld. De respondent die er het langste over heeft gedaan was namelijk net iets langer dan een uur bezig. Aangezien deze respondenten niet meerdere dagen over de survey hebben gedaan en het realistisch is dat zij toch 'engaged' respondenten zijn worden zij toch meegenomen in de analyse.

In totaal blijven er 183 respondenten over voor de analyse als het gaat om de invloed op PSM. Voor de analyse in hoeverre de randomisatie geslaagd is blijven er 179 respondenten over betreffende de variabelen: relatie tot het wethouderschap, opleidingsniveau, geslacht. Voor de variabele leeftijd zijn er 178 respondenten beschikbaar.

Beschrijvende statistiek

De dataset bevat 183 respondenten (n=183). Hieronder zijn de groepskenmerken uiteengezet in een tabel. Hierbij zijn de relatie tot het wethouderschap, opleidingsniveau, geslacht en leeftijd uiteengezet. De nominale variabelen relatie tot wethouderschap, opleidingsniveau en geslacht zijn uitgezet per absolute hoeveelheid respondenten. Gelet op dat leeftijd op ratio niveau wordt gemeten zijn hierbij tevens het gemiddelde, de standaardafwijking, het minimum en het maximum weergegeven.

Tabel 3

De beschrijvende statistiek van de vier sample kenmerken

Sample kenmerken	Vignet 1 (positief zonder personalisatiebias)	Vignet 2 (negatief zonder personalisatiebias)	Vignet 3 (positief met personalisatiebias)	Vignet 4 (negatief met personalisatiebias)	Totaal
Geslacht					
Man	26	33	33	34	126
Vrouw	19	12	11	10	52
Anders	0	0	1	0	1
Opleidingsniveau					
Laag	0	1	0	0	1
Middelbaar	5	6	4	1	16
Hoger	40	38	41	43	162
Relatie tot het wethouderschap					
Kandidaat	7	2	4	5	18
Huidig	31	40	37	34	142
Voormalig	7	3	4	5	19
Leeftijd					
n	45	45	44	44	178
M	53,36	53,58	53,89	55,61	54,10
SD	9,761	9,778	11,459	11,149	10,504
Minimum	28	27	28	30	27
Maximum	67	70	73	77	77

Binnen de verzamelde data valt waar te nemen dat de sample respondenten overwegend veel bestaat uit mannelijke wethouders. Binnen de data is meer dan twee op de drie wethouders man. Er is slechts één respondent die anders als geslacht in heeft gevuld. De respondenten zijn veelvuldig hoger opgeleid. Minder dan tien procent is middelbaar opgeleid en slechts één respondent is lager opgeleid. Tevens valt te waar te nemen dat de respondenten gemiddeld van middelbare leeftijd zijn. Zo zijn de respondenten gemiddeld 54 jaar oud.

De respondenten hebben naar aanleiding van de vignetten een schaal ingevuld waarmee de public service motivation wordt gemeten. De beschrijvende statistiek van deze uitkomstvariabele is hieronder uiteengezet.

Tabel 4

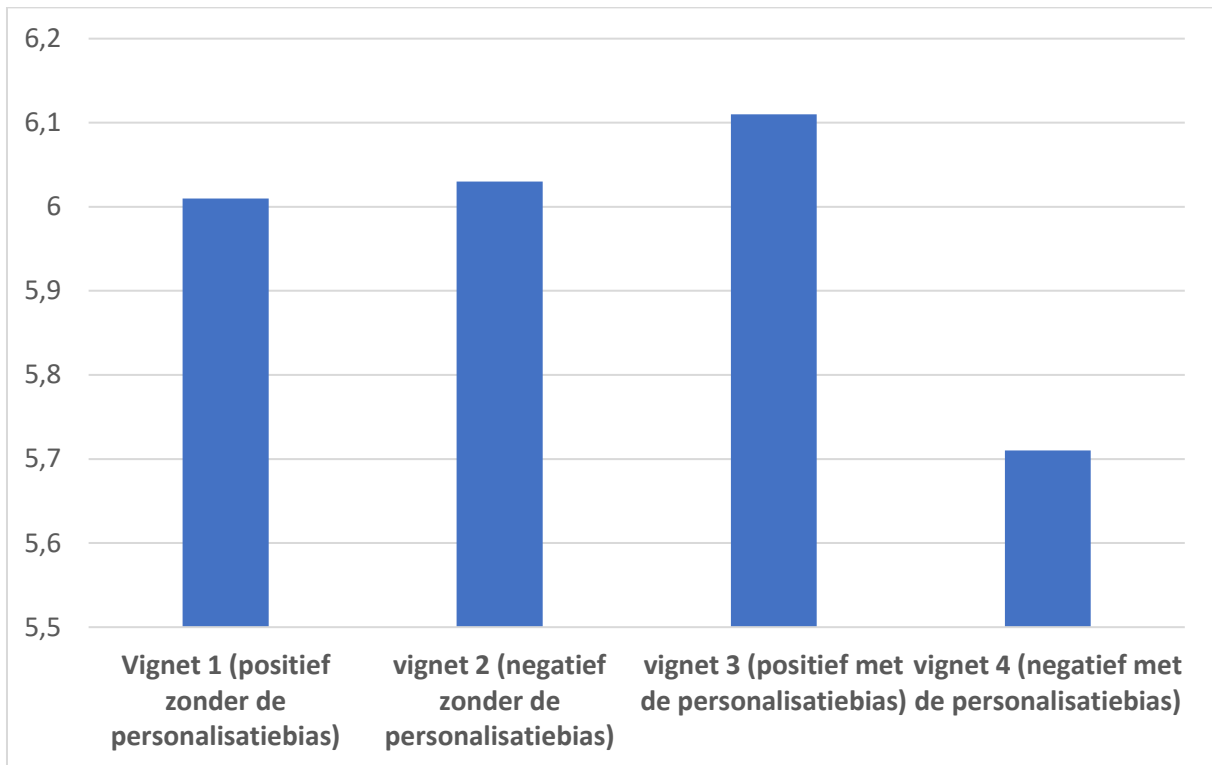
De beschrijvende statistiek van de uitkomst variabele PSM

Uitkomstvariabele	Vignet 1 (positief zonder personalisatiebias)	Vignet 2 (negatief zonder personalisatiebias)	Vignet 3 (positief met personalisatiebias)	Vignet 4 (negatief met personalisatiebias)	Totaal
N	45	48	46	44	183
M	6,01	6,03	6,11	5,71	5,97
SD	0,54	0,58	0,43	1,11	0,72
Minimum	4,5	4,5	5,33	1,17	1,17
Maximum	7	7	7	7	7

Binnen bovenstaande tabel valt te zien dat er zeer hoog wordt gescoord op de schaal om PSM te meten. De respondenten scoren op deze schaal bij vignet één tot en met drie gemiddeld net boven de zes. Bij het vierde vignet is de score lager dan bij de andere vignetten. Deze scores zijn op de volgende pagina visueel weergegeven.

Grafiek 1

De beschrijvende statistiek van de uitkomst variabele PSM visueel weergegeven



Controle randomisatie

Om te zien of de respondenten volledig willekeurig over de vignetten zijn verdeeld moeten er een aantal testen uitgevoerd worden. De vignetten, oftewel de groepen vallen hierbij te zien als een nominale variabele. Er is immers geen sprake van een rangorde, enkel van een categorisatie. Hetzelfde geldt voor de variabele geslacht, opleidingsniveau en relatie tot het wethouderschap. De variabele leeftijd is gemeten op ratio niveau. Zo is dit een variabele met een absoluut nulpunt met gelijke intervallen waarbij de variabele gerangschikt kan worden. Om te zien of de randomisatie over de vignetten correct is gebeurd moet er voor de variabelen geslacht, opleidingsniveau en relatie tot het wethouderschap een chikwadraattoets worden uitgevoerd. Voor de variabele leeftijd kan een one-way ANOVA toets worden uitgevoerd.

Om de chikwadraattoets uit te voeren moet aan een voorwaarde voldaan worden buiten de vereiste van de meetniveau 's van de variabelen, namelijk: maximaal twintig procent van de frequenties mag kleiner zijn dan 5 (statology, z.d.). Deze voorwaarde wordt geschonden. Voor geslacht is er slechts eenmaal anders is ingevuld en door categorieën samen te voegen kan er wel aan deze voorwaarde worden voldaan. Er wordt hierbij gekozen om categorieën samen te voegen gelet op dat er slechts één respondent in deze categorie valt. Hierbij wordt er één nieuwe categorie voor geslacht samengesteld respectievelijk: 'vrouw en anders'. Ook voor relatie tot het wethouderschap en opleidingsniveau zijn er niet overal voldoende respondenten per groep beschikbaar. Er zijn echter 18 kandidaat wethouders en 19 voormalig wethouders. Om de rijkheid van de data te bewaren worden er geen categorieën bij de variabele relatie tot het wethouderschap samengevoegd. Voor opleidingsniveau zou er niets veranderen als het gaat om voldoen aan de assumpties indien er categorieën zouden worden samengevoegd. Gelet op de rijkheid van de data worden er bij de variabele opleidingsniveau ook geen categorieën samengevoegd.

Vervolgens de ratio variabele leeftijd. Bij de variabele leeftijd zal er een one-way ANOVA worden toegepast om te zien of de randomisatie correct heeft plaatsgevonden. Allereerst is er gecontroleerd op de voorwaarden van deze toets. Hiervoor is een Levene's toets uitgevoerd. Hieruit blijkt dat $F(3,174) = 0.775, p = 0.521$. De varianties tussen de groepen zijn dus gelijk. Tevens is er gecontroleerd op de voorwaarde van normaliteit. Hieruit blijkt dat er één groep is waarbij leeftijd niet normaal verdeeld is. Bij de overige drie groepen is er wel sprake van een normale verdeling. Volgens de academische literatuur is de one-way ANOVA toets erg robuust als het gaat om het schenden van de voorwaarde voor normaliteit (Blanca, Alarcón, Arnau, Bono & Bendayan, 2017). Desondanks dat de voorwaarde voor normaliteit wordt geschonden is deze test volgens de

wetenschappelijke literatuur toch te gebruiken. De one-way ANOVA toets kan uitgevoerd worden. Zo wordt aan vrijwel alle assumpties voldaan.

Hieronder zijn de frequenties van de samengevoegde categorieën betreffende geslacht weergegeven. Tevens zijn de statistieken van de andere drie kenmerken die gebruik worden voor de randomisatie weergegeven. Hierbij zijn de resultaten van de toetsen weergegeven.

Tabel 5

De test resultaten per sample kenmerk berekent over de gebruikte categorieën

Sample kenmerken	Vignet 1 (positief zonder personalisatie bias)	Vignet 2 (negatief zonder personalisatie bias)	Vignet 3 (positief met personalisatie bias)	Vignet 4 (negatief met personalisatie bias)	Totaal	Testresultaten
Geslacht						$\chi^2(3, 179) = 4,809, p = 0.186$
Man	26	33	33	34	126	
Vrouw-anders	19	12	12	10	53	
Relatie tot wethouderschap						$\chi^2(6, 179) = 5,951 p = 0.429$
Kandidaat	7	2	4	5	18	
Huidig	31	40	37	34	142	
Voormalig	7	3	4	5	19	
Opleidingsniveau						$\chi^2(6, 179) = 6,862 p = 0.337$
Laag	0	1	0	0	1	
Middelbaar	5	6	4	1	16	
Hoger	40	38	41	43	162	
Leeftijd						$(F(3, 174) = 0.419, p = 0.740)$
n	45	45	44	44	178	
M	53,36	53,58	53,89	55,61	54,10	
SD	9,761	9,778	11,459	11,149	10,504	
Minimum	28	27	28	30	27	
Maximum	67	70	73	77	77	

Er wordt voor geslacht $\chi^2(3, 179) = 4,809, p = 0.186$ geen statistisch significant verschil tussen de groepen gevonden. Ook wordt er geen statistisch significant verschil gevonden tussen de groepen betreffende de variabele 'relatie tot het wethouderschap' $\chi^2(6, 179) = 5,951 p = 0.429$. Tevens wordt

er ook geen statistisch significant verschil gevonden tussen de groepen aangaande het opleidingsniveau $X^2(6, 179) = 6,862$ $p = 0.337$. Tenslotte wordt er ook geen statistisch significant verschil gevonden tussen de groepen als het gaat om leeftijd ($F(3, 174) = 0.419$, $p = 0.740$). Uit alle vier de bovenstaande balanstesten komt een niet statistisch significant verband. Dit betekent dat er geen statistisch significant verschillen zijn betreffende de samplekenmerken tussen de groepen. De randomisatie over de vignetten is dus geslaagd. Aangezien de randomisatie geslaagd is zijn de effecten voortkomend uit de interventie enkel te wijden aan de interventies en niet aan externe factoren zoals bovenstaande sample kenmerken.

Betrouwbaarheidsanalyse schaal

Public service motivation wordt binnen dit onderzoek gemeten aan de hand van zes vragen die de vier dimensies van PSM representeren. Om te kijken of deze zes vragen samen een betrouwbare schaal vormen wordt de Cronbach's Alpha gebruikt. De Cronbach's Alpha is een maat om de congruentie van de schaal te meten en toont aan hoe betrouwbaar de schaal is om een concept te meten (Field, 2005). Idealiter is deze Cronbach's Alpha groter dan 0.7. Uit de betrouwbaarheidsanalyse blijkt dat berekend over de zes items er sprake is van $\alpha = 0.803$. Deze waarde kan als goed worden omschreven. Indien een item verwijderd zou worden vindt er geen verbetering van de schaal plaats. Kortom, bij het maken van de somschaal die functioneert als afhankelijke variabele zal gebruik worden gemaakt van zes vragen. Bij de somschaal zijn alle vier de dimensies van PSM geïnccludeerd, er komen immers geen vragen te vervallen.

Tevens wordt er een factoranalyse uitgevoerd. Public service motivation is binnen de wetenschappelijke literatuur een veelvuldig onderzocht concept (Coursey & Pandey, 2007). Er wordt dus een van tevoren vastgestelde hoeveelheid factoren binnen de extractie gebruikt. Overeenkomend met de vier dimensies van PSM worden er vier factoren gebruikt bij de extractie. Voor de rotatiemethode zal Varimax worden gebruikt.

Allereerst is er op de voorwaarden van de factor analyse gecontroleerd. Volgens de Kaiser-Meyer-Olkin toets is de steekproef geschikt voor de factoranalyse ($KMO = 0.721$). Tevens is Bartlett's toets van sfericiteit significant ($X^2(15) = 443.707$, $p \leq 0.001$). De factoranalyse kan worden uitgevoerd, aangezien dat er wordt voldaan aan de voorwaarden.

Er wordt zoals hierboven omschreven gekozen om vier factoren te gebruiken binnen de extractie. De wetenschappelijke literatuur stelt immers dat PSM bestaat uit vier dimensies. Indien er echter naar de eigenwaarde gekeken zou worden moeten er slechts twee componenten binnen de

extractie worden gebruikt. Zo verklaart de eerste component 51.28% van de variantie met een eigenwaarde van 3.08. De tweede component verklaart 19.02% van de variantie en heeft een eigenwaarde van 1.14. De derde en vierde component hebben beide een eigenwaarde van onder de één. Respectievelijk hebben zij een eigenwaarde van 0.73 en 0.47. Met de derde en vierde component wordt 12.24% en 7.77% van de variantie verklaart. In de volgende tabel is de gedraaide componenten matrix aan de hand van vier factoren uiteengezet.

Tabel 6

De gedraaide componenten matrix voortkomend uit de factoranalyse

	Componenten			
	1	2	3	4
Vraag 1 Aantrekkingskracht tot het maken van publiek beleid	0.923	0.192	0.130	0.093
Vraag 2 Toewijding aan het publiek belang	0.909	0.156	0.201	0.065
Vraag 3 Toewijding aan het publiek belang	0.290	0.154	0.879	0.231
Vraag 4 Compassie	0.301	0.894	0.051	0.063
Vraag 5 Zelfopoffering	0.041	0.671	0.494	0.302
Vraag 6 Zelfopoffering	0.105	0.153	0.228	0.953

Uit bovenstaande tabel blijkt dat er enige overlap zit tussen de diverse dimensies. Zo is er enige overlap tussen de dimensie *'aantrekkingskracht tot het maken van publiek beleid'* en *'toewijding aan het publiek belang'*. Vraag één en twee vormen hierbij samen één dimensie als naar de correlaties wordt gekeken. Ook is er enige overlap te zien tussen de dimensie *'compassie'* en *'zelfopoffering'*. Als naar de correlaties wordt gekeken vormen vraag vier en vijf samen één dimensie. Alle vier de dimensies komen naar voren, maar er is wel overlap tussen deze dimensies. Aangezien alle dimensies naar voren komen kan de oorspronkelijke indeling vanuit de literatuur gehandhaafd worden, maar er is bij deze indeling wel overlap aanwezig.

Regressieanalyse

In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van een regressieanalyse. Met een regressieanalyse kan namelijk worden gekeken wat het effect is van een of meerdere onafhankelijke variabelen op een afhankelijke variabele (Field, 2005). Dit betekent dat de regressieanalyse gebruikt kan worden om het effect van de personalisatiebias in combinatie met de een negatieve of positieve bewoording op PSM te meten.

Om deze regressieanalyse uit te voeren wordt er gebruik gemaakt van twee dichotome dummy variabelen. De eerste dummy is een dummy variabele voor het hebben van een positieve of een negatieve bewoording binnen het vignet. Hierbij krijgt positief de waarde nul en negatief de waarde één. De andere dummy variabele is het wel of niet hebben van de personalisatiebias. Indien een groep de personalisatiebias als interventie heeft gekregen krijgt deze groep een één, indien deze groep geen personalisatiebias als interventie heeft gekregen krijgt deze groep een nul. Met deze twee dichotome variabelen is een regressieanalyse uitgevoerd. Deze dummy variabelen dienen als assumptie voor de hiernavolgende analyse.

Naast de hierboven genoemde dummy variabelen heeft de lineaire regressieanalyse ook een aantal assumpties. Volgens Osborne en Waters (2002) heeft een lineaire regressieanalyse vier assumpties. De eerste assumptie is dat er sprake is van homoscedasticiteit. De tweede assumptie is dat er een lineaire relatie is tussen de afhankelijke variabele en de onafhankelijke variabele. De derde assumptie is dat de uitkomstvariabele normaal verdeeld is. De laatste assumptie betreft het hebben van betrouwbare data, oftewel of er sprake is van een willekeurige steekproef met karakteristieken die lijken op de te onderzoeken populatie.

1. Om op de assumptie van homoscedasticiteit te controleren zijn de gestandaardiseerde residuen en de voorspelde waarden uitgerekend. De waarden zijn uiteengezet in het diagram in bijlage A. Volgens Osborne en Waters (2002) is er sprake van homoscedasticiteit indien de trendlijn dichtbij nul ligt en de waarden volledig willekeurig verdeeld zijn. In het diagram valt te zien dat de trendlijn dicht bij de nul ligt. Echter valt er ook een tweetal lage waarden waar te nemen aan de linkerkant van het diagram. Hoewel dat deze waarden geen invloed hebben op de trendlijn heeft dit wel invloed op de zichtbare willekeurige verdeling. De assumptie van homoscedasticiteit kan dus als twijfelachtig worden omschreven.
2. Ten tweede, de assumptie betreffende de lineaire relatie tussen de afhankelijke variabele en de onafhankelijke variabele. Binnen deze regressieanalyse wordt er gewerkt met twee dichotome variabelen en de uitkomstvariabele. Er kan dus een verschil zitten in de invloed

tussen de 0 optie en de 1 optie op de uitkomstvariabele. Hiertussen zal er altijd sprake zijn van een lineaire relatie gelet op dat er twee punten zijn waartussen de regressie te berekenen valt.

3. De derde assumptie is dat de uitkomstvariabele normaal verdeeld is. Om te controleren of aan deze assumptie voldaan wordt is allereerst een 'normal probability plot' gemaakt. In bijlage B is de 'normal probability plot' weergegeven. In de 'normal probability plot' valt waar te nemen dat de waarden in een rechte lijn rond de normaal lijn clusteren. Aan de hand van deze 'normal probability plot' zou kunnen worden gesteld dat de data normaal verdeeld is. De normaliteit van de uitkomstvariabele is echter ook gecontroleerd met de Shapiro-Wilk toets. Hieruit blijkt dat de uitkomstvariabele PSM niet normaal verdeeld is. Deze niet normale verdeling komt grotendeels voort uit een aantal respondenten die zeer laag scoren op de PSM schaal. Er is daarom gecontroleerd op statistisch significante outliers binnen de uitkomstvariabele met de Mahalanobis afstand. Hieruit volgt dat er geen statistisch significante outliers zijn. Ook zijn er meerdere respondenten met een zeer lage PSM waarde. Hierdoor kan tevens aangenomen worden dat dit geen outliers zijn. Wat deze niet normale verdeling betekent voor de validiteit van de conclusies wordt later in de discussie besproken.
4. Tenslotte de laatste assumptie, het hebben van betrouwbare data waarbij er sprake is van een willekeurige steekproef. In dit onderzoek is de survey verzonden naar alle wethouders, alle alumni leden van de Wethoudersvereniging en alle kandidaat wethouders aangemeld voor trainingen bij de Wethoudersvereniging. De survey is naar de gehele populatie gestuurd. Binnen dit onderzoek is er dus sprake van een willekeurige steekproef uit de populatie waardoor aan deze assumptie wordt voldaan.

Nu de vier assumpties gecontroleerd zijn wordt verdergegaan met de daadwerkelijke regressieanalyse. De resultaten van de regressieanalyse met de twee dummy's voor de personalisatiebias en een negatieve bewoording zijn hieronder uiteengezet. Tevens wordt het model met deze twee dummy's en het interactie-effect weergegeven. Dit interactie-effect is het effect van de dummy negatieve bewoording en de dummy personalisatiebias.

Tabel 7

Het eerste model met de regressie coëfficiënten voor de personalisatiebias en een negatieve bewoording

Variabelen	B	SE	95% CI		β	t	p
			LL	UL			
Constante	6.120	0.092	5.938	6.302		66.337	0.000***
Personalisatiebias	-0.117	0.106	-0.326	0.092	-0.082	-1.107	0.270
Negatieve bewoording	-0.187	0.106	-0.396	0.022	-0.130	-1.763	0.080

Opmerking. CI= betrouwbaarheidsinterval voor B; LL= ondergrens; UL= bovengrens. $R^2_{adj} = 0.012$ * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

Tabel 8

Het tweede model met de regressie coëfficiënten voor de personalisatiebias, een negatieve bewoording en het interactie-effect.

Variabelen	B	SE	95% CI		β	t	p
			LL	UL			
Constante	6.015	0.106	5.806	6.224		56.763	0,000***
Personalisatiebias	0.090	0.149	-0.204	0.384	0.063	0.606	0.546
Negatieve bewoording	0.016	0.147	-0.275	0.307	0.011	0.111	0.911
Interactie-effect	-0.413	0.210	-0.828	0.002	-0.246	-1.965	0.051

Opmerking. CI= betrouwbaarheidsinterval voor B; LL= ondergrens; UL= bovengrens. $R^2_{adj} = 0.028$ * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

Uit tabel 7 en 8 blijkt dat het hebben van een negatieve bewoording of de personalisatiebias geen statistisch significant effect heeft op public service motivation. Wanneer er enkel naar de personalisatiebias of een negatieve bewoording wordt gekeken is er geen statistisch significant effect op public service motivation. Ook wanneer een negatieve bewoording en de personalisatiebias gecombineerd worden met elkaar in de vorm van een interactie-effect is er geen sprake van een statistisch significant effect op PSM. De referentiecategorie van een negatieve bewoording met de personalisatiebias is een positieve bewoording met de personalisatiebias. Indien dat een positieve bewoording met de personalisatiebias als interactie-effect zou worden genomen (met bijbehorende dummy variabelen in het model) in plaats van een negatieve bewoording met de personalisatiebias zou dezelfde p -waarde worden verkregen. De p -waarde van het interactie-effect binnen het tweede model met de regressie coëfficiënten ligt dicht tegen het significantieniveau. Wat dit betekent voor de beantwoording van de hoofdvraag komt binnen de discussie aan de orde.

Effectgrootte

Desondanks dat er geen statistisch significante effecten worden gevonden is het voor de eerste hypothese van belang om de effectgrootte te berekenen. Om deze grootte te berekenen wordt Cohen's D gebruikt. Deze zal als volgt handmatig worden berekend: (gemiddelde groep één – gemiddelde groep twee) / *'pooled standard deviation'*.

Betreffende de groep *'negatief met de personalisatiebias'* en de groep *'negatief zonder de personalisatiebias'* is er sprake van een niet statistisch significant effect dat tussen klein en middelgroot ligt ($d = -0.36$). Aangaande de twee positieve vignetten is er sprake van een niet statistisch significant klein effect ($d = 0.18$). Hierbij betreft het de vignetten *'positief met de personalisatiebias'* en *'positief zonder de personalisatiebias'*.

Discussie en conclusie

In dit hoofdstuk zullen de discussie en de conclusies weergegeven worden. Allereerst zal de discussie aan bod komen. Binnen de discussie komen de duiding van de resultaten en de maatschappelijke implicaties aan de orde. Hierna komt de relatie tussen de literatuur en de resultaten aan de orde. Vervolgens worden de beperkingen van dit onderzoek besproken. Hierna zal er worden overgegaan tot de bespreking van de conclusies. Binnen de conclusies wordt eerst een antwoord op de hoofdvraag geformuleerd waarna wordt overgegaan tot de hypothesen.

De duiding van de resultaten is zowel wetenschappelijk als maatschappelijk interessant. Zo kan geen bewijs worden gevonden voor de impact van de personalisatiebias op PSM. Tevens kan er geen bewijs gevonden worden voor de impact van een negatieve bewoording op PSM. Ook wanneer een negatieve bewoording in het mediabericht gecombineerd wordt met de personalisatiebias kan er geen bewijs gevonden worden voor een statistisch significante impact op public service motivation. Er kan ook geen steun gevonden worden voor een statistisch significant effect op PSM wanneer een positief verwoord mediabericht gecombineerd wordt met de personalisatiebias.

De bovenstaande resultaten moeten genuanceerd geïnterpreteerd worden. Zo heeft de personalisatiebias en het type bewoording op individueel niveau geen statistisch significant effect op PSM. Wanneer echter naar het interactie-effect wordt gekeken gebeurt er iets interessants. Zo schuurt de verkregen p -waarde ($p=0.051$) van het interactie-effect tegen het significantieniveau aan. Als naar de absolute scores op de schaal om PSM te meten wordt gekeken valt dit effect ook terug te zien. Binnen het vignet met de personalisatiebias en een negatieve bewoording is de gemiddelde PSM score 5.71, terwijl bij alle andere vignetten de PSM scores boven de 6 zijn. Desondanks dat er geen sprake is van een statistisch significant effect ligt de p -waarde van dit interactie-effect dicht tegen het significantieniveau aan. Deze uitkomst kan twee dingen betekenen. Het interactie-effect heeft geen statistisch significant effect op PSM, waarbij er een valide conclusie wordt getrokken of er is sprake van een type twee fout.

Een type twee fout is het vaststellen dat er geen statistisch significant effect is, terwijl deze er wel is (Lee, 2016). Dit type fout kan veroorzaakt worden door het gebruik van een te kleine sample. In het geval van dit onderzoek zou dit betekenen dat er wel sprake is van een statistisch significant effect, maar dat dit effect te klein is om met de gebruikte hoeveelheid respondenten vast te stellen. Op dit risico van een type twee fout wordt later binnen de beperkingen en de aanbeveling teruggekomen. Betreffende de resterende discussie en conclusie wordt ervan uitgegaan dat het

interactie-effect geen statistisch significant effect heeft op public service motivation. Hierbij wordt gesteld dat PSM niet beïnvloedbaar is aan de hand van een type bewoording binnen een mediabericht en de personalisatiebias. Er wordt binnen dit onderzoek bewijs gevonden voor PSM als een predispositie.

Er kan geen steun worden gevonden voor PSM als een dynamisch concept, dit heeft belangrijke maatschappelijke implicaties voor het probleem waar de inleiding mee begon. Zo treden er steeds meer wethouders af vanwege persoonlijke redenen (Castenmiller et al., 2006). Binnen deze persoonlijke redenen speelt de persoonlijke motivatie veelvuldig een grote rol. Public service motivation heeft een belangrijke rol in deze persoonlijke motivatie om wethouder te zijn (Van Ostaaijen, 2014; Korsten, 2010). Binnen dit onderzoek blijkt echter dat de hoeveelheid aanwezige PSM niet beïnvloedbaar is. Er kan dus gesteld worden dat een daling in PSM niet de reden is dat er meer wethouders aftreden. In dit onderzoek wordt er immers steun gevonden voor PSM als predispositie, waarbij de hoeveelheid PSM niet afneemt. Ook valt binnen de resultaten waar te nemen dat er zeer hoog gescoord wordt op de schaal om PSM te meten. Waarschijnlijk vormt PSM juist een grote motiverende factor om wethouder te blijven. Wanneer wethouders zeggen dat zij aftreden vanwege een gebrek aan motivatie of een persoonlijke reden is het dus niet waarschijnlijk dat een lage hoeveelheid PSM hieraan ten grondslag ligt. De hoeveelheid PSM verandert immers niet aan de hand van externe stimuli en binnen dit onderzoek scoren de wethouders juist zeer hoog op de PSM schaal. De verklaring voor dit grootschalige aftreden moet binnen andere factoren dan PSM worden gezocht. Mogelijke andere factoren van invloed zijn hierbij politieke factoren of omstandigheden op de werkvloer. Zo moeten wethouders continue rekening houden met de politieke arena waarin zij werken (Ter Bogt, 2001). Ook is de werkdruk voor wethouders de afgelopen jaren stevig toegenomen, waardoor mogelijk omstandigheden op de werkvloer een rol spelen in het aftreden (Binnenlands Bestuur, 2021a).

Dit onderzoek breekt op een belangrijk punt met de wetenschappelijke literatuur. Zo stelt de wetenschappelijke literatuur omtrent PSM dat er vier niet overlappende en duidelijk onafhankelijke dimensies van PSM zijn (Kim, 2011; Perry, 1996). Binnen de factoranalyse van dit onderzoek blijkt echter dat er wel degelijk overlap tussen de dimensies bestaat. De oorspronkelijke dimensies vanuit de wetenschappelijke literatuur kunnen daarentegen wel gehandhaafd worden. De vier dimensies vanuit de literatuur komen wel naar voren, maar er zit overlap tussen deze dimensies.

Naast het bovenstaande breekpunt met de wetenschappelijke literatuur sluit dit onderzoek zich aan bij één van de standpunten van de discussie zoals genoemd in de inleiding. Binnen de wetenschappelijke literatuur kunnen er namelijk twee standpunten omtrent PSM worden

onderscheden. Zo is er het standpunt binnen de literatuur die stelt dat de mate van public service motivation een predispositie is, oftewel een karakterkenmerk die nauwelijks tot niet verandert (Vogel & Krol, 2016; Oberfield, 2014; Perry & Wise, 1990). Anderzijds is er het standpunt binnen de literatuur die stelt dat public service motivation een dynamische motivatie is (Kjeldsen & Jacobsen, 2013; Ward, 2014; Schott et al., 2019). Hierbij wordt de aanwezige mate van PSM continue beïnvloed door stimuli van buitenaf. Binnen dit onderzoek kan er bewijs worden gevonden voor het standpunt dat PSM een predispositie is. Immers blijkt uit dit onderzoek dat de mate van public service motivation niet kan veranderen naar aanleiding van de personalisatiebias of het type bewoording van een nieuwsbericht. Dit onderzoek vindt steun voor het standpunt dat PSM geen beïnvloedbaar concept is. Toch kan dit onderzoek niet als bewijs worden gezien tegen PSM als dynamisch concept. Binnen dit onderzoek is er immers niet gekeken naar wat een herhaalde blootstelling aan de personalisatiebias en mediaberichten met een negatieve bewoording doet. Het is goed mogelijk dat herhaalde blootstelling aan deze externe stimuli wel een effect heeft op PSM. Ook ligt zoals hierboven genoemd de verkregen p -waarde van het interactie-effect zeer dicht tegen het significantieniveau.

Dit onderzoek heeft een aantal beperkingen, deze worden hieronder uiteengezet. De eerste limitatie van dit onderzoek draait om de niet normaal verdeelde uitkomstvariabele en de respondenten met een zeer lage waarde binnen deze uitkomstvariabele. Zo bevat de dataset een vijftal respondenten die een sterke uitschieter zijn als het gaat om de uitkomstvariabele PSM. Deze respondenten hebben een score onder de 4.5, terwijl het gemiddelde van dit vignet 5.73 is. De uitschieters binnen de uitkomstvariabele verklaren ook grotendeels waarom de uitkomstvariabele niet normaal verdeeld is. Desondanks dat er meerdere respondenten zijn met een zeer lage PSM waarde is er gecontroleerd op statistisch significante outliers met de Mahalanobis afstand. Er bleken hierbij geen statistisch significante outliers te zijn. Er zijn meerdere respondenten met een zeer lage PSM waarde, tevens zijn zij ook geen statistisch significante outliers. Ook hebben deze respondenten een realistische hoeveelheid tijd in de surveyflow besteed. Deze respondenten zijn dus 'engaged'. Hoewel de uitkomstvariabele niet normaal verdeeld is zijn de respondenten die ten grondslag liggen aan deze niet normale verdeling valide responses.

Verder heeft dit onderzoek beperkingen met betrekking tot de respondenten. Zo is er statistisch gezien binnen dit onderzoek geen sprake van een representatieve steekproef, op een totale populatie van 1258 zouden er statistisch gezien 295 respondenten nodig zijn. In dit onderzoek zijn er 183 respondenten gebruikt voor de analyse, hiermee bevat dit onderzoek 14.5% van de totale populatie. Hoewel er geen sprake is van statistische representativiteit wordt een aanzienlijk deel van de gehele populatie in de analyse meegenomen waardoor dit onderzoek toch te generaliseren is naar

de bredere populatie. Tevens komen de samplekenmerken ook goed overeen met de kenmerken in de populatie. Zo is de gemiddelde leeftijd van wethouders in dit onderzoek 51.1 jaar en in de bredere populatie is dit 52.8 jaar (VNG, 2018). Ook is binnen de populatie 27% van de wethouders vrouw, in de sample is dit 29% (Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, z.d.). Enkel bij opleidingsniveau is er een iets groter verschil, maar dit verschil is minder dan tien procentpunt. Binnen dit onderzoek is 90.5% hoger opgeleid, binnen de populatie is dit 81%.

Daarnaast heeft dit onderzoek een beperking betreffende de public service motivation van de respondenten. Het is logisch dat wethouders van zichzelf al een hoge public service motivation hebben. Wethouders kiezen er immers zelf voor om een belangrijke positie in het lokale openbaar bestuur te vervullen. Echter is het waarschijnlijk dat de wethouders die zullen reageren op de survey die uitgestuurd is via de Wethoudersvereniging van zichzelf een nog hogere public service motivation hebben. Enerzijds omdat het invullen van de survey van zichzelf al een hogere mate van algehele motivatie vereist, en waarschijnlijk ook een hogere PSM. Anderzijds zullen wethouders, voormalig wethouders en kandidaat wethouders die reageren op mails van een beroepsvereniging waarschijnlijk ook een hogere public service motivation dan het gemiddelde hebben. Deze twee factoren kunnen ertoe leiden dat de gemeten PSM afwijkt van de grotere populatie. In de algehele populatie zal de gemeten public service motivation waarschijnlijk iets lager zijn.

Binnen dit onderzoek staat de volgende hoofdvraag centraal: *‘Wat is de invloed van de personalisatiebias in mediaberichten over wethouders op de Public service Motivation van wethouders?’* Om deze vraag te beantwoorden is er gekeken naar de invloed van de personalisatiebias en het type bewoording in een mediabericht op PSM. Zowel de personalisatiebias als het type bewoording hebben geen statistisch significante invloed op PSM. Ook het interactie-effect van een negatieve bewoording en de personalisatiebias heeft geen statistisch significant effect op PSM. Naar aanleiding van de resultaten kunnen de drie hypothesen besproken worden. Allereerst hypothese één, oftewel: *‘De personalisatiebias in een negatief media bericht zal een groter negatief effect hebben op de hoeveelheid public service motivation van wethouders dan de personalisatiebias in een positief mediabericht een positief effect heeft.’* Er kan geen steun voor deze hypothese gevonden worden. Uit de regressieanalyse blijkt dat de interventies geen statistisch significant effect hebben. De gevonden effecten zijn mogelijk aan het toeval toe te schrijven. Als deze niet statistisch significante effecten desondanks met elkaar vergeleken worden blijkt de effectgrootte bij de vignetten met een negatieve bewoording wel groter dan bij de vignetten met een positieve bewoording. Vervolgens de tweede hypothese, oftewel: *‘Indien de personalisatiebias in een positief mediabericht aanwezig is zal de public service motivation van de wethouders stijgen’.* Er wordt geen bewijs gevonden dat deze hypothese ondersteund kan worden. Zo is er geen statistisch significant

effect van de personalisatiebias in combinatie met een positief type bewoording op PSM. Tenslotte de derde hypothese. Deze hypothese luidt als volgt: *‘Indien de personalisatiebias in een negatief mediabericht aanwezig is zal de public service motivation van de wethouders dalen’*. Voor deze hypothese kan ook geen steun worden gevonden. Immers blijkt vanuit de regressieanalyse dat een negatieve bewoording gecombineerd met de personalisatiebias geen statistisch significant negatief effect heeft op PSM. Hierbij moet wel de nuancering worden geplaatst dat het interactie-effect van een negatief type bewoording en de personalisatiebias wel bijna statistisch significant is.

Aanbevelingen

Naar aanleiding van bovenstaande discussie en conclusie kunnen een viertal aanbeveling gegeven worden. De eerste twee aanbevelingen hebben een maatschappelijk karakter. De laatste twee aanbevelingen zijn aanbevelingen voor vervolgonderzoek.

Uit dit onderzoek blijkt dat naar aanleiding van het type bewoording en de personalisatiebias in mediaberichten de hoeveelheid public service motivation van wethouders niet veranderd.

Wethouders doen hun werk veelvuldig vanwege een hoge mate aan public service motivation (Van Ostaaijen, 2014; Korsten, 2010). Tevens blijkt uit dit onderzoek dat wethouders een zeer hoge PSM hebben. Aangezien dat public service motivation niet veranderlijk is, maar wel een motiverende factor is voor wethouders ligt hier dan ook een grote kans. Er wordt de volgende aanbeveling gedaan:

1. De Wethoudersvereniging moet een dialoogtafel over public service motivation organiseren tussen wethouders die overwegen af te treden.

Tijdens deze dialoogtafel worden wethouders bewust van hun eigen public service motivation. Hierdoor worden deze wethouders die overwegen af te treden herinnert aan het maatschappelijk belang waarvoor zij zichzelf inzetten. Uit dit onderzoek blijkt dat wethouders een zeer hoge PSM hebben. Wanneer wethouders die willen aftreden zichzelf bewust worden van deze hoge mate van motivatie zullen zij herinnerd worden aan de reden waarom zij in eerste plaats het wethouderschap uitoefenden. Dit kan een afremmende werking hebben op het willen aftreden.

De tweede praktijkaanbeveling heeft betrekking tot de selectie en werving van wethouders. Uit dit onderzoek blijkt dat vrijwel alle wethouders een hoge PSM hebben. Ook is het werken met het maatschappelijk belang in het achterhoofd essentieel om wethouder te zijn (Ter Bogt, 2001). Het zijn van wethouder vereist een hoge mate van bereidheid om jezelf in te willen zetten voor het publiek belang. Hierbij kan de volgende praktijk aanbeveling worden gedaan:

2. De Wethoudersvereniging moet communiceren aan politieke partijen die een vacature hebben voor een wethouder dat het essentieel is dat de geselecteerde kandidaat voor de vacature een hoge public service motivation heeft.

Zo is het belangrijk dat kandidaten voor het wethouderschap gescreend worden op hun PSM. Immers moeten wethouders zichzelf continue inzetten voor het maatschappelijk belang (Ter Bogt, 2001). Ook moet over deze inzet publiekelijk verantwoording worden afgelegd aan de

gemeenteraad. Indien een wethouder geen bereidheid heeft om zichzelf in te willen zetten voor het maatschappelijk belang zal zijn of haar functioneren ondermaats zijn. Dat een hoge mate van PSM nodig is om het wethouderschap uit te oefenen valt ook terug te zien binnen de resultaten van dit onderzoek. Zo worden bij vrijwel alle zittende wethouders hoge PSM scores gemeten. Deze hoge scores kunnen worden verklaard, want individuen met een hoge PSM score kiezen er veelvuldig voor om in het openbaar bestuur te werken (Vandenabeele, 2008). Het is echter ook mogelijk dat een hoge mate van PSM noodzakelijk is om het wethouderschap uit te oefenen. Zo moet een individu bereid zijn zichzelf op te offeren voor het maatschappelijk belang als wethouder wil het wethouderschap een succes worden (Korsten, 2010).

Binnen dit onderzoek blijkt dat het interactie-effect van een negatieve bewoording gecombineerd met de personalisatiebias een net niet statistisch significant effect heeft op PSM. De verkregen *p*-waarde van dit interactie-effect ligt tegen het significantieniveau aan. Het is mogelijk dat hier sprake is van een type twee fout. Het effect van deze combinatie zou in het geval van een type twee fout te klein zijn om te meten met de hoeveelheid gebruikte respondenten in dit onderzoek. Er wordt hierbij de derde aanbeveling gedaan:

3. De Wethoudersvereniging moet dit onderzoek repliceren waarbij het verzamelen van een grote sample centraal staat.

Dit onderzoek is uitgevoerd aan het einde van de ambtstermijn van wethouders waardoor er minder wethouders beschikbaar waren om te ondervragen. Ook is dit onderzoek uitgevoerd in een verkiezingsjaar. Het is daardoor mogelijk dat de wethouders druk waren met deze verkiezingen en dit invloed heeft gehad op de response rate. Er is daarom een mooie kans voor vervolgonderzoek voor de Wethoudersvereniging. De Wethoudersvereniging heeft immers de mogelijkheid om dit onderzoek te herhalen in een jaar wanneer er geen verkiezingen zijn. Dit zou de response rate kunnen verhogen. Tevens heeft de Wethoudersvereniging de mogelijkheid om data te verzamelen over een langere periode. Ook hierdoor kan een grotere sample verkregen worden. Met deze grotere sample zou het risico op een type twee fout verminderd kunnen worden (Lee, 2016).

Zoals in de inleiding weergegeven treden er steeds meer wethouders af (Bouwman, 2020). Uit dit onderzoek blijkt dat deze groei in aftredende wethouders niet veroorzaakt wordt door aan daling in PSM. Er wordt immers bewijs gevonden dat de hoeveelheid public service motivation binnen een individu niet kan veranderen. Het is daarom relevant om te kijken welke

factoren wel bijdragen aan deze groei in de hoeveelheid aftredende wethouders. Er wordt hierbij de vierde en laatste aanbeveling gedaan.

4. De Wethoudersvereniging moet een onderzoek instellen naar de factoren die invloed hebben op de groei van het aantal aftredende wethouders.

In het kader van het verstevigen van het ambt is het voor de Wethoudersvereniging relevant om te weten welke factoren bijdragen aan deze groei van het aantal aftredende wethouders. Er gaat namelijk ervaring en kennis verloren wanneer er een wethouder aftreedt. Hoewel er in dit onderzoek is gekeken naar de mogelijkheid dat een daling van PSM ten grondslag zou liggen aan deze groei is er niet gekeken naar andere factoren die deze groei van het aantal aftredende wethouders zou kunnen verklaren. Binnen de literatuur is er wel onderzoek gedaan naar de valkuilen voor wethouders (Korsten, 2010). Er is echter nog geen overeenstemming binnen de literatuur over de factoren die de groei in het aantal aftredende wethouders kunnen verklaren (Bouwman, 2020). Het is daardoor moeilijk om de groei in het aantal aftredende wethouders te verklaren. Hier ligt dan ook een mooie kans voor vervolgonderzoek voor de Wethoudersvereniging.

Literatuurlijst

- Ariely, D. (2008). *Predictably Irrational*. New York: Harper Collins.
- Adriaansen, M., & Van Praag, P. (2010). Nieuwe scheidlijnen en de turbulente relatie tussen politiek, media en burgers. In Dijstelbloem, H., den Hoed, P., Holtslag, J. W., & S. Schouten (editors), *Het gezicht van de publieke zaak: openbaar bestuur onder ogen*. PP. 241-272. Den Haag, Nederland: Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.5117/9789089642622>
- Battaglio, R. P., Belardinelli, P., Nicola, B., & Cantarelli, P. (2019). Behavioral public administration ad fontes: a synthesis of research on bounded rationality, cognitive biases, and nudging in public organizations. *Public Administration Review*, 79(3), 304–320. <https://doi.org/10.1111/puar.12994>
- Bennett, W. L. (2009). *News: The Politics of Illusion* (9th ed.). New York: Pearson Longman
- Brewer, G.A., Selden, S.C., & Facer II, R.L. (2000). Individual Conceptions of Public Service Motivation. *Public Administration Review*, 60, 254-264. <https://doi-org.eur.idm.oclc.org/10.1111/0033-3352.00085>
- Binnenlands Bestuur. (2021a). *Stop met de afrekencultuur*. Geraadpleegd op 14 februari, via: <https://www.binnenlandsbestuur.nl/carriere/meer-bescheiden-wethouder-kan-val-voorkomen>
- Binnenlands Bestuur. (2021b). *'Deeltijdwethouders zijn niet meer van deze tijd'*. Geraadpleegd op 14 januari 2022, via: <https://www.binnenlandsbestuur.nl/bestuur-en-organisatie/deeltijdwethouders-moeten-fulltime-woorden-betaald>
- Blanco, M., Alarcón, R., Arnau, J., Bono, R., & Bendayan, R. (2017). Non-normal data: Is ANOVA still a valid option?. *Psicothema*, 29(4), 552-557. doi: 10.7334/psicothema2016.383
- Boonstra, W. (2022). Wethoudersvereniging: geen records om te vieren. Geraadpleegd op 15 februari 2022, via: <https://www.binnenlandsbestuur.nl/carriere/trekken-integriteitskaart-vergroot-afbreukrisico>
- Bouwmans, H. (2020). Lessen en valkuilen voor wethouders. *Bestuurswetenschappen* 2020(4), 6-25. 10.5553/Bw/016571942020074004002

- Castenmiller, P., Meesters, M., & Pluut, B. (2006). *Terugtreedende Wethouders Trendanalyse en redenen voor het verlaten van het ambt*. Geraadpleegd op 22 maart 2022, via: <https://kennisopenbaarbestuur.nl/media/62851/terugtreedende-wethouders-zenc.pdf>
- Castaing, S. (2006). The effects of psychological contract fulfilment and public service motivation on organizational commitment in the French civil service. *Public Policy and Administration*, 21, 84-98.
- Combs, J., Liu, Y., Hall, A., & Ketchen, D. (2006), How much do high-performance work practices matter? A meta analysis of their effects on organizational performance. *Personnel Psychology*, 59, 501-528.
- Coursey, D. H., & Pandey, S. K. (2007). Public Service Motivation Measurement: Testing an Abridged Version of Perry's Proposed Scale. *Administration & Society*, 39(5), 547–568. <https://doi.org/10.1177/0095399707303634>
- Coursey, D. H., Pery, J. L., Brudney, J. L., & Littlepage, L. (2008). Psychometric Verification of Perry's Public Service Motivation Instrument: Results for Volunteer Exemplars. *Review of Public Personnel Administration*, 28(1), 79–90. <https://doi.org/10.1177/0734371X07309523>
- Downs, A. (1967). *Inside Bureaucracy*. Boston, Massachusetts: Little, Brown.
- Field, A. P. (2005). *Discovering statistics using SPSS*. London, UK: Sage
- Field, A. (2017). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics*. (5th ed). Sage publications.
- Fischoff, B. (1981). *Debiasing*. Fort Belvoir, Virginia: DECISION RESEARCH EUGENE OR
- Hibbing, J. R., Smith, K. B., & Alford, J. R. (2014). "Differences in negativity bias underlie variations in political ideology." *Behavioral and Brain Sciences*, 37, 297-307. <http://dx.doi.org/10.1017/S0140525X13001192>.
- Kim, S. 2008. 'Revising Perry's Measurement Scale of Public Service Motivation', *American Review of Public Administration*, 39(2), 149–63.
- Kim, S. (2011). Testing a revised measure of public service motivation: Reflective versus formative specification. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 21(3), 521-546.
- Kjeldsen, A. M., & Jacobsen, C. B. (2013). Public service motivation and employment sector: Attraction or socialization? *Journal of Public Administration Research and Theory*, 3(4), 899–924. doi:10.1093/jopart/mus039

- Klijn, E. H., Van Twist, M., Van der Steen, M., & Jeffares, S. (2016). Public Managers, Media Influence, and Governance: Three Research Traditions Empirically Explored. *Administration & Society*, 48(9), 1036–1058. <https://doi.org/10.1177/0095399714527752>
- Korsten, A. F. A. (2010). *Deugdelijk bestuur*. Heerlen, Nederland: Open Universiteit.
- Korthagen, I. & Van Meerkerk, I. (2014). The Effects of Media and their Logic on Legitimacy Sources within Local Governance Networks: A Three-Case Comparative Study, *Local Government Studies*, 40:5, 705-728, DOI: 10.1080/03003930.2013.859139
- Kristof, A. L. (1996). Person-organization fit: An integrative review of its conceptualizations, measurement, and implications. *Personnel Psychology*, 49, 1-49. <http://doi.org/dcjg4k>
- Lee, S. C. (2016). *Statistics for international social work and other behavioral sciences*. New York: Oxford University Press.
- Liu, B., Tang, N. & Zhu, X. (2008). "Public service motivation and job satisfaction in China: An investigation of generalisability and instrumentality", *International Journal of Manpower*, 29(8), 684-699. <https://doi-org.eur.idm.oclc.org/10.1108/01437720810919297>
- Liu, B., Zhang, X., & Ly, X. (2014). Compassion as the affective dimension of public service motivation in a chinese context. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 42(2), 245–251. <https://doi.org/10.2224/sbp.2014.42.2.245>
- Macaulay, J. R., Berkowitz, L., & Aronfreed, J. M. (1970). *Altruism and helping behavior : social psychological studies of some antecedents and consequences*. New York, New York: Academic Press.
- Maria, J.B., & Luis, M. M. (2010). Why a trade-off? the relationship between the external and internal validity of experiments. *Theoria : An International Journal for Theory, History and Foundations of Science*, 25(3), 301–321. <https://doi.org/10.1387/theoria.779>
- Mazzoleni, G. (2008). Media Logic. Geraadpleegd op 14 februari 2022, via: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9781405186407.wbiecm040>
- Metz, M., Kruijkemeier, S., & Lecheler, S. (2020). Personalization of politics on Facebook: examining the content and effects of professional, emotional and private self-personalization. *Information, Communication & Society*, 23(10), 1481-1498. DOI: 10.1080/1369118X.2019.1581244.

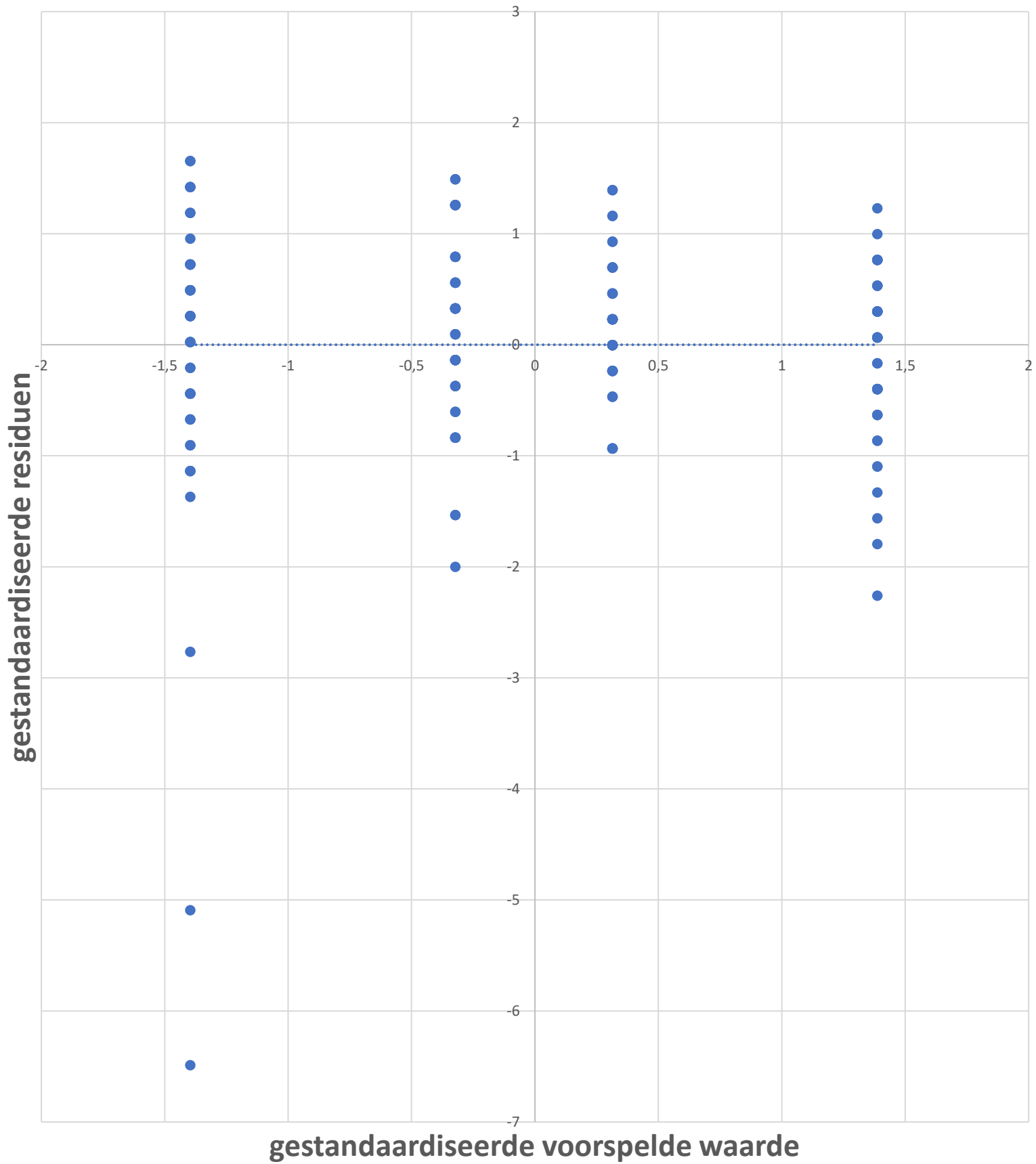
- Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties. (z.d.). Politiek ambtsdragers overzicht. Geraadpleegd op 16 juni 2022, via: <https://kennisopenbaarbestuur.nl/thema/politieke-ambtsdragers/gemeenten/>
- Mulder, J., Daalder, A., & Leeuw, F. L. (2013). *Verslag expertmeeting " Designs van effectstudies in justitiële contexten"*. Geraadpleegd op 2 mei 2022, via: <https://repository.wodc.nl/handle/20.500.12832/2030>
- Naff, K. C., & Crum, J. (1999). Working for america does public service motivation make a difference? *Review of Public Personnel Administration*, 19(4), 5–16. <https://doi.org/10.1177/0734371X9901900402>
- Oberfield, Z. (2014). Motivation, change, and stability findings from an urban police department. *The American Review of Public Administration*, 44(2), 210–232. doi:10.1177/0275074012461297
- Osborne, J. W., & Waters, E. (2002). Four assumptions of multiple regression that researchers should always test. *Practical assessment, research, and evaluation*, 8(1), 2.
- Pedersen, L. (2014). Committed to the public interest? motivation and behavioural outcomes among local councillors. *Public Administration*, 92(4), 886–901. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9299.2012.02107.x>
- Perry, J. L. (1996). Measuring Public Service Motivation: An Assessment of Construct Reliability and Validity, *Journal of Public Administration Research and Theory*, 6(1), 5-22. <https://doi.org/10.1093/oxfordjournals.jpart.a024303>
- Perry, J. L. (1997). Antecedents of Public Service Motivation. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 7(2), 181–197. <https://doi.org/10.1093/oxfordjournals.jpart.a024345>
- Perry, J. L., & Hondeghem, A. (2008). *Motivation in public management: The call of public service*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Perry, J. L., & Wise, L. (1990). The motivational bases of public service. *Public Administration Review*, 50(3), 367– 373. doi:10.2307/976618
- Pointer. (2022). *Wethouder zijn wordt te zwaar, 'meer wethouders nodig'*. Geraadpleegd op 20 juli 2022, via: <https://pointer.kro-ncrv.nl/vak-van-wethouder-wordt-te-zwaar-meer-wethouders-nodig>
- Radey, M., & Figley, C. R. (2007). The social psychology of compassion. *Clinical Social Work Journal*, 35, 207-214. <http://doi.org/dmhhm8>

- Ritz, A. (2011). Attraction to public policy-making: a qualitative inquiry into improvements in psm measurement. *Public Administration*, 89(3), 1128–1147. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9299.2011.01923.x>
- Ritz, A., & Waldner, C. (2011). Competing for future leaders. A study of attractiveness of public sector organizations to potential job applicants. *Review of Public Personnel Administration* 31(3), 291–316.
- Statology. (z.d.). *The four assumptions of a chi-square test*. Geraadpleegd op 11 mei 2022, via: <https://www.statology.org/chi-square-test-assumptions/>
- Schott, C., Steen, T., & Van Kleef, D. D. (2019). Reality shock and public service motivation: A longitudinal, qualitative study among Dutch veterinary inspectors. *International Journal of Public Administration*, 42(6), 468-481.
- Staats, E. B. (1988). Public Service and the Public Interest. *Public Administration Review* 48(2), 601-605.
- Stefurak, T., Morgan, R., & Johnson, R. B. (2020). The Relationship of Public Service Motivation to Job Satisfaction and Job Performance of Emergency Medical Services Professionals. *Public Personnel Management*, 49(4), 590–616. <https://doi.org/10.1177/0091026020917695>
- Taylor, J. (2007). The impact of public service motives on work outcomes in Australia: A comparative multi-dimensional analysis. *Public Administration* 85(4), 931–59.
- Ter Bogt, H. J. (2001). Bronnen van controlinformatie voor politieke bestuurders. *Maandblad voor Accountancy en Bedrijfseconomie*, 75(12), 525-538.
- Jang, C. L. (2012). The effect of personality traits on public service motivation: evidence from Taiwan. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 40(5), 725-733.
- Van Gestel, B. (2006). Lokale media en politiek over cameratoezicht: een case studie. *Tijdschrift voor veiligheid*, 5(4), 34-52.
- Van Loon, N. M., Vandenabeele, W., & Leisink, P. (2015). On the bright and dark side of public service motivation: the relationship between PSM and employee wellbeing. *Public Money & Management*, 35(5), 349-356. DOI: 10.1080/09540962.2015.1061171
- Van Aelst, P., Sheafer, T., & Stanyer, J. 2012. The personalization of mediated political communication: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 203-220. doi:10.1177/1464884911427802.

- Vandenabeele, W. (2008). Government calling: Public service motivation as an element in selecting government as an employer of choice. *Public Administration* 86(4), 1089–105.
- Vandenabeele, W. (2009). The mediating effect of job satisfaction and organizational commitment on self-reported performance: more robust evidence of the PSM—performance relationship. *International Review of Administrative Sciences*, 75(1), 11–34.
<https://doi.org/10.1177/0020852308099504>
- Vandenabeele, W, & Van de Walle, S.G.J. (2008). *International difference in public service motivation: Comparing regions across the world*. Geraadpleegd op 23 maart 2022, via:
<https://repub.eur.nl/pub/13610>
- Van der Meer, T., Hameleers, M., & Kroon, A. C. (2020). Crafting Our Own Biased Media Diets: The Effects of Confirmation, Source, and Negativity Bias on Selective Attendance to Online News. *Mass Communication and Society*, 23(6), 937-967.
 DOI: 10.1080/15205436.2020.1782432
- Van Ostaaijen, J. J. C. (2014). Hoe word je wethouder? Een onderzoek naar de transparantie en het democratisch gehalte van de wethoudersvoordracht. *Bestuurswetenschappen*, 2014(2), 68-86.
- VNG. (2018). *Gegevens wethouders na gemeenteraadsverkiezingen 2018*. Geraadpleegd op 16 Juni 2022, via: https://vng.nl/sites/default/files/2020-01/rapport_wethouders_2018_na_verkiezingen.pdf
- Vogel, D., & Kroll, A. (2016). The stability and change of PSM-related values across time: Testing theoretical expectations against panel data. *International Public Management Journal*, 19(1), 53–77. doi:10.1080/ 10967494.2015.1047544
- Ward, K. D. (2014). Cultivating public service motivation through AmeriCorps service: A longitudinal study. *Public Administration Review*, 74(1), 114–125. doi:10.1111/ puar.12155
- Wethoudersvereniging. (z.d.). *vereniging*. Geraadpleegd op 23 maart 2022, via:
<https://www.wethoudersvereniging.nl/over-ons/vereniging/>
- Witteloostuijn, A., Esteve, M., & Boyne, G. (2017). Public Sector Motivation ad fonts: Personality Traits as Antecedents of the Motivation to Serve the Public Interest. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 27(1), 20–35. <https://doi.org/10.1093/jopart/muw027>

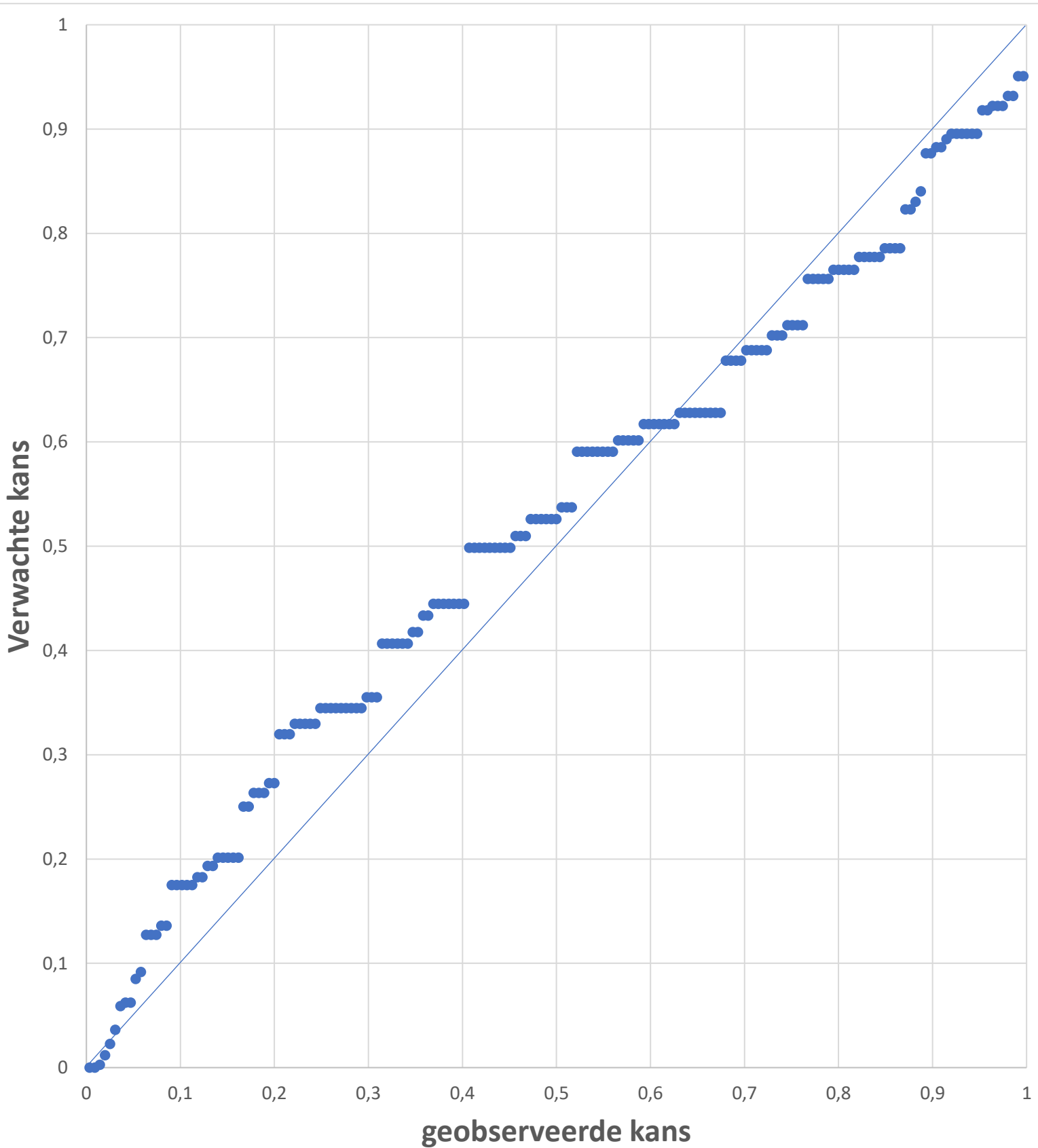
Bijlage A

De residuen afgezet tegen de voorspelde waarden (gestandaardiseerd)



Bijlage B

Normaal P-P plot van de regressie aan de hand van de afhankelijke variabele PSM



Bijlage C

De uitgevraagde survey

Start of Block: informed consent

Bedankt voor je deelname aan dit onderzoek! Deze enquête gaat over de motivatie van wethouders, kandidaat wethouders en voormalig wethouders. Het onderzoek wordt uitgevoerd in opdracht van de Wethoudersvereniging en de Erasmus Universiteit Rotterdam. De ingevulde antwoorden en de daaruit verkregen data zijn vertrouwelijk en niet herleidbaar naar individuele personen. Deze enquête duurt ongeveer twee minuten. De participatie aan deze enquête is volledig vrijwillig en kan op ieder moment zonder opgave van reden gestopt worden. De ingewonnen resultaten uit de enquête zullen verwerkt worden tot een scriptie. In de scriptie zullen anonieme gegevens worden gebruikt. De enquêtes die in het kader van deze scriptie worden verzameld, worden beveiligd opgeslagen.

Indien je vragen of opmerkingen hebt kun je mailen naar: 510824af@eur.nl

- Ik heb de bovenstaande tekst gelezen en ga akkoord. Ik neem graag deel aan dit experiment.
(1)

End of Block: informed consent

Start of Block: Positief geen bias

Je leest hieronder een hypothetische situatie:

Van één van je collega's hoor je dat een wethouder die je kent in de krant staat naar aanleiding van een project waarbij hij betrokken was. Dit wekt je interesse en je leest het mediabericht op de desbetreffende nieuwswebsite:

Succes bij de Lindehorst

Afgelopen week werd er in de gemeenteraad gesproken over vastgoedproject de Lindehorst. Het is al jaren een wens om hier appartementen te realiseren. Deze bespreking vond plaats naar aanleiding van het slagen van de gemeente, de wethouder en de diverse maatschappelijke organisaties om het project in goede banen te leiden. Zowel de gemeente, de wethouder en de diverse maatschappelijke organisaties kregen hierbij een groot compliment voor de loop van het project. De gemeenteraad praat volgende week verder over het project bij de Lindehorst.

Na het lezen van dit nieuwsbericht lees je diverse andere nieuwsberichten niet gelieerd aan het openbaar bestuur op deze website. Na het lezen van deze andere nieuwsberichten sluit je de website af.

Het doen en laten van het openbaar bestuur spreekt me aan.

- Volledig mee oneens (1)
 - Mee oneens (2)
 - Beetje mee oneens (3)
 - Neutraal (4)
 - Beetje mee eens (5)
 - Mee eens (6)
 - Volledig mee eens (7)
-

Ik vind een betekenisvol openbaar bestuur belangrijk.

- Volledig mee oneens (1)
 - Mee oneens (2)
 - Beetje mee oneens (3)
 - Neutraal (4)
 - Beetje mee eens (5)
 - Mee eens (6)
 - Volledig mee eens (7)
-

Ik ben niet bang om mezelf voor de rechten van anderen in te zetten. Zelfs als ik het risico loop daarvoor bespot te worden.

- Volledig mee oneens (1)
 - Mee oneens (2)
 - Beetje mee oneens (3)
 - Neutraal (4)
 - Beetje mee eens (5)
 - Mee eens (6)
 - Volledig mee eens (7)
-

Ik word er dagelijks aan herinnerd hoe afhankelijk we van elkaar zijn.

- Volledig mee oneens (1)
 - Mee oneens (2)
 - Beetje mee oneens (3)
 - Neutraal (4)
 - Beetje mee eens (5)
 - Mee eens (6)
 - Volledig mee eens (7)
-

Een verschil maken in de samenleving betekent meer voor mij dan persoonlijke prestaties.

- Volledig mee oneens (1)
 - Mee oneens (2)
 - Beetje mee oneens (3)
 - Neutraal (4)
 - Beetje mee eens (5)
 - Mee eens (6)
 - Volledig mee eens (7)
-

Ik ben bereid grote offers te brengen voor het welzijn van de samenleving.

- Volledig mee oneens (1)
- Mee oneens (2)
- Beetje mee oneens (3)
- Neutraal (4)
- Beetje mee eens (5)
- Mee eens (6)
- Volledig mee eens (7)

End of Block: Positief geen bias

Start of Block: Negatief geen bias

Je leest hieronder een hypothetische situatie:

Van één van je collega's hoor je dat een wethouder die je kent in de krant staat naar aanleiding van een project waarbij hij betrokken was. Dit wekt je interesse en je leest het mediabericht op de desbetreffende nieuwswebsite:

Mislukking bij de Lindehorst

Afgelopen week werd er in de gemeenteraad gesproken over vastgoedproject de Lindehorst. Het is al jaren een wens om hier appartementen te realiseren. Deze bespreking vond plaats naar aanleiding van het falen van de gemeente, de wethouder en de diverse maatschappelijke organisaties om het project in goede banen te leiden. Zowel de gemeente, de wethouder en de diverse maatschappelijke organisaties kregen hierbij een grote berisping voor de loop van het project. De gemeenteraad praat volgende week verder over het project bij de Lindehorst.

Na het lezen van dit nieuwsbericht lees je diverse andere nieuwsberichten niet gelieerd aan het openbaar bestuur op deze website. Na het lezen van deze andere nieuwsberichten sluit je de website af.

Het doen en laten van het openbaar bestuur spreekt me aan.

- Volledig mee oneens (1)
 - Mee oneens (2)
 - Beetje mee oneens (3)
 - Neutraal (4)
 - Beetje mee eens (5)
 - Mee eens (6)
 - Volledig mee eens (7)
-

Ik vind een betekenisvol openbaar bestuur belangrijk.

- Volledig mee oneens (1)
 - Mee oneens (2)
 - Beetje mee oneens (3)
 - Neutraal (4)
 - Beetje mee eens (5)
 - Mee eens (6)
 - Volledig mee eens (7)
-

Ik ben niet bang om mezelf voor de rechten van anderen in te zetten. Zelfs als ik het risico loop daarvoor bespot te worden.

- Volledig mee oneens (1)
 - Mee oneens (2)
 - Beetje mee oneens (3)
 - Neutraal (4)
 - Beetje mee eens (5)
 - Mee eens (6)
 - Volledig mee eens (7)
-

Ik word er dagelijks aan herinnerd hoe afhankelijk we van elkaar zijn.

- Volledig mee oneens (1)
 - Mee oneens (2)
 - Beetje mee oneens (3)
 - Neutraal (4)
 - Beetje mee eens (5)
 - Mee eens (6)
 - Volledig mee eens (7)
-

Een verschil maken in de samenleving betekent meer voor mij dan persoonlijke prestaties.

- Volledig mee oneens (1)
 - Mee oneens (2)
 - Beetje mee oneens (3)
 - Neutraal (4)
 - Beetje mee eens (5)
 - Mee eens (6)
 - Volledig mee eens (7)
-

Ik ben bereid grote offers te brengen voor het welzijn van de samenleving.

- Volledig mee oneens (1)
- Mee oneens (2)
- Beetje mee oneens (3)
- Neutraal (4)
- Beetje mee eens (5)
- Mee eens (6)
- Volledig mee eens (7)

End of Block: Negatief geen bias

Start of Block: Positief bias

Je leest hieronder een hypothetische situatie:

Van één van je collega's hoor je dat een wethouder die je kent in de krant staat naar aanleiding van een project waarbij hij betrokken was. Dit wekt je interesse en je leest het mediabericht op de desbetreffende nieuwswebsite:

Succes bij de Lindehorst

Afgelopen week werd er in de gemeenteraad gesproken over vastgoedproject de Lindehorst. Het is al jaren een wens om hier appartementen te realiseren. Deze bespreking vond plaats naar aanleiding van het slagen van de wethouder om het project in goede banen te leiden. De wethouder kreeg hierbij een groot compliment voor de loop van het project. De gemeenteraad praat volgende week verder over het project bij de Lindehorst.

Na het lezen van dit nieuwsbericht lees je diverse andere nieuwsberichten niet gelieerd aan het openbaar bestuur op deze website. Na het lezen van andere nieuwsberichten sluit je de website af.

Het doen en laten van het openbaar bestuur spreekt me aan.

- Volledig mee oneens (1)
 - Mee oneens (2)
 - Beetje mee oneens (3)
 - Neutraal (4)
 - Beetje mee eens (5)
 - Mee eens (6)
 - Volledig mee eens (7)
-

Ik vind een betekenisvol openbaar bestuur belangrijk.

- Volledig mee oneens (1)
 - Mee oneens (2)
 - Beetje mee oneens (3)
 - Neutraal (4)
 - Beetje mee eens (5)
 - Mee eens (6)
 - Volledig mee eens (7)
-

Ik ben niet bang om mezelf voor de rechten van anderen in te zetten. Zelfs als ik het risico loop daarvoor bespot te worden.

- Volledig mee oneens (1)
 - Mee oneens (2)
 - Beetje mee oneens (3)
 - Neutraal (4)
 - Beetje mee eens (5)
 - Mee eens (6)
 - Volledig mee eens (7)
-

Ik word er dagelijks aan herinnerd hoe afhankelijk we van elkaar zijn.

- Volledig mee oneens (1)
 - Mee oneens (2)
 - Beetje mee oneens (3)
 - Neutraal (4)
 - Beetje mee eens (5)
 - Mee eens (6)
 - Volledig mee eens (7)
-

Een verschil maken in de samenleving betekent meer voor mij dan persoonlijke prestaties.

- Volledig mee oneens (1)
 - Mee oneens (2)
 - Beetje mee oneens (3)
 - Neutraal (4)
 - Beetje mee eens (5)
 - Mee eens (6)
 - Volledig mee eens (7)
-

Ik ben bereid grote offers te brengen voor het welzijn van de samenleving.

- Volledig mee oneens (1)
- Mee oneens (2)
- Beetje mee oneens (3)
- Neutraal (4)
- Beetje mee eens (5)
- Mee eens (6)
- Volledig mee eens (7)

Start of Block: negatief bias

Je leest hieronder een hypothetische situatie:

Van één van je collega's hoor je dat een wethouder die je kent in de krant staat naar aanleiding van een project waarbij hij betrokken was. Dit wekt je interesse en je leest het mediabericht op de desbetreffende nieuwswebsite:

Mislukking bij de Lindehorst

Afgelopen week werd er in de gemeenteraad gesproken over vastgoedproject de Lindehorst. Het is al jaren een wens om hier appartementen te realiseren. Deze bespreking vond plaats naar aanleiding van het falen van de wethouder om het project in goede banen te leiden. De wethouder kreeg hierbij een grote berisping voor de loop van het project. De gemeenteraad praat volgende week verder over het project bij de Lindehorst.

Na het lezen van dit nieuwsbericht lees je diverse andere nieuwsberichten niet gelieerd aan het openbaar bestuur op deze website. Na het lezen van deze nieuwsberichten sluit je de website af.

Het doen en laten van het openbaar bestuur spreekt me aan.

- Volledig mee oneens (1)
 - Mee oneens (2)
 - Beetje mee oneens (3)
 - Neutraal (4)
 - Beetje mee eens (5)
 - Mee eens (6)
 - Volledig mee eens (7)
-

Ik vind een betekenisvol openbaar bestuur belangrijk.

- Volledig mee oneens (1)
 - Mee oneens (2)
 - Beetje mee oneens (3)
 - Neutraal (4)
 - Beetje mee eens (5)
 - Mee eens (6)
 - Volledig mee eens (7)
-

Ik ben niet bang om mezelf voor de rechten van anderen in te zetten. Zelfs als ik het risico loop daarvoor bespot te worden.

- Volledig mee oneens (1)
 - Mee oneens (2)
 - Beetje mee oneens (3)
 - Neutraal (4)
 - Beetje mee eens (5)
 - Mee eens (6)
 - Volledig mee eens (7)
-

Ik word er dagelijks aan herinnerd hoe afhankelijk we van elkaar zijn.

- Volledig mee oneens (1)
 - Mee oneens (2)
 - Beetje mee oneens (3)
 - Neutraal (4)
 - Beetje mee eens (5)
 - Mee eens (6)
 - Volledig mee eens (7)
-

Een verschil maken in de samenleving betekent meer voor mij dan persoonlijke prestaties.

- Volledig mee oneens (1)
 - Mee oneens (2)
 - Beetje mee oneens (3)
 - Neutraal (4)
 - Beetje mee eens (5)
 - Mee eens (6)
 - Volledig mee eens (7)
-

Ik ben bereid grote offers te brengen voor het welzijn van de samenleving.

- Volledig mee oneens (1)
- Mee oneens (2)
- Beetje mee oneens (3)
- Neutraal (4)
- Beetje mee eens (5)
- Mee eens (6)
- Volledig mee eens (7)

End of Block: negatief bias

Start of Block: sample kenmerken

Wat is je geslacht?

- Man (1)
 - vrouw (2)
 - anders (3)
-

Wat is je opleidingsniveau?

- Laag (Basisonderwijs, VMBO, MBO 1) (1)
 - Middelbaar (MBO 2, MBO 3, MBO 4, HAVO, VWO) (2)
 - Hoger (HBO, WO) (3)
-

Wat is je leeftijd?

Wat is je relatie tot het wethouderschap?

- Ik ben kandidaat wethouder (1)
- Ik ben op dit moment wethouder (2)
- Ik ben voormalig wethouder (3)

End of Block: sample kenmerken

Bijlage D

De mail waarmee de survey is verspreid naar kandidaat wethouders

Beste heer/mevrouw,

Enige tijd geleden heb je je aangemeld voor de oriëntatiedagen. Naar aanleiding hiervan ontvang je deze email.

De Wethoudersvereniging doet vanuit de onderzoeksagenda onderzoek naar vele onderwerpen rondom de rol en positie van wethouders. In dat kader loopt Aron Foppen stage bij ons en doet hij onderzoek naar de motivatie van kandidaat wethouders in relatie tot mediaberichten. Deze enquête is onderdeel van dit onderzoek dat wij, als Wethoudersvereniging, in gaan zetten in de belangenbehartiging, om te werken aan bewustwording over de impact van mediaberichten. Recentelijk heb je jezelf aangemeld voor een bijeenkomst voor kandidaat wethouders. Ongeacht of je nu wethouder bent geworden of niet zouden we je willen vragen om onderstaande enquête in te vullen.

Over het onderzoek

Vanuit de Wethoudersvereniging voert Aron voor zijn afstudeerscriptie aan de Erasmus Universiteit een onderzoek uit naar de motivatie van wethouders. Binnen dit onderzoek wordt er gekeken naar de motivatie van wethouders, voormalig wethouders en kandidaat wethouders in relatie tot mediaberichten. Hierbij zullen naar aanleiding van een mediabericht diverse vragen worden gesteld om 'public service motivation' te meten. Hiermee kan het effect van deze mediaberichten op deze vorm van motivatie gemeten worden. Dit effect zal worden gemeten aan de hand van een enquête. Het invullen van deze enquête duurt slechts 2 á 3 minuten. De resultaten zullen dienen als data voor het afstudeeronderzoek en deze wordt op zijn beurt weer ingezet in de belangenbehartiging. Alle antwoorden die je geeft zijn volledig anoniem en ontraceerbaar.

Met deze link kun je zowel op desktop, laptop en mobiel deelnemen aan dit onderzoek:
https://erasmusuniversity.eu.qualtrics.com/jfe/form/SV_eFMntwrnkefTrlq

Mochten er nog vragen zijn, dan kun je deze mailen naar: 510824af@eur.nl

Alvast bedankt voor je deelname!

Met vriendelijke groet,

namens Aron Foppen

Bijlage E

De mail waarmee de survey is verspreid naar voormalig en huidig wethouders

Beste heer/mevrouw,

Motivatie van wethouders

De Wethoudersvereniging doet vanuit de onderzoeksagenda onderzoek naar vele onderwerpen rondom de rol en positie van wethouders. In dat kader loopt Aron Foppen stage bij ons en doet hij onderzoek naar de motivatie van wethouders in relatie tot mediaberichten. Deze enquête is onderdeel van dit onderzoek dat wij als Wethoudersvereniging in gaan zetten in de belangenbehartiging, om te werken aan bewustwording over de impact van mediaberichten.

Over het onderzoek

Vanuit de Wethoudersvereniging voert Aron voor zijn afstudeerscriptie aan de Erasmus Universiteit een onderzoek uit naar de motivatie van wethouders. Binnen dit onderzoek wordt er gekeken naar de motivatie van wethouders, voormalig wethouders en kandidaat wethouders in relatie tot mediaberichten. Hierbij zullen naar aanleiding van een mediabericht diverse vragen worden gesteld om 'public service motivation' te meten. Hiermee kan het effect van deze mediaberichten op deze vorm van motivatie gemeten worden. Dit effect zal worden gemeten aan de hand van een enquête. Het invullen van deze enquête duurt slechts 2 á 3 minuten. De resultaten zullen dienen als data voor het afstudeer onderzoek en deze wordt op zijn beurt weer ingezet in de belangenbehartiging. Alle antwoorden die je geeft zijn volledig anoniem en ontraceerbaar.

Met deze link kunt je zowel op desktop, laptop en mobiel deelnemen aan dit onderzoek:

https://erasmusuniversity.eu.qualtrics.com/jfe/form/SV_eFMntwrnkefTrlq

Met vriendelijke groet,

Aron Foppen