Geestig, pijnlijk en ontregelend herkenbaar

Een kwantitatief onderzoek naar het effect van evaluatieve adjectieven in flapteksten op de attitude en intentie van de lezer

Universiteit Utrecht

L.C. Scholtens (4154703)

Bachelor eindwerkstuk Nederlandse taal en cultuur

Begeleider: dr. W.M. Mak

Tweede lezer: dr. J. Evers-Vermeul

26 juni 2017

Samenvatting

In dit onderzoek is gekeken naar het effect van evaluatieve adjectieven op de attitude en intentie van de lezer. Tot op heden is er geen onderzoek gedaan naar het effect van flapteksten op de lezer. Flapteksten spelen echter een rol in de verkoop van boeken en hun effect op de lezer is voor uitgeverijen dus van belang. Kenmerkend voor flapteksten is een overvloedig gebruik van adjectieven, met name evaluatieve adjectieven. De hypothese in dit onderzoek was dat evaluatieve adjectieven in flapteksten een positief effect hebben op de attitude en intentie van de lezer. Dit is onderzocht door van vier flapteksten zowel de originele versie met evaluatieve adjectieven, als een gemanipuleerde versie zonder evaluatieve adjectieven aan 163 proefpersonen te laten lezen. Door middel van stellingen zijn hun attitude en intentie gemeten, verdeeld over vier constructen; het oordeel over de aantrekkelijkheid van de tekst, het oordeel over de overtuigingskracht van de tekst, de houding ten opzichte van het boek en de intentie om het boek te lezen of kopen. Er was een positief effect van de aanwezigheid van evaluatieve adjectieven op het oordeel over de aantrekkelijkheid van de tekst en het oordeel over de overtuigingskracht van de tekst, maar voor deze constructen was er tevens een interactie tussen de aanwezigheid van evaluatieve adjectieven en de flapteksten die proefpersonen hebben gelezen. Voor de houding ten opzichte van het boek en de intentie om het boek te lezen of kopen, bleek er geen positief effect van de aanwezigheid van evaluatieve adjectieven. Uit een verdere analyse blijkt dat de helft van de flapteksten met evaluatieve adjectieven positiever zijn beoordeeld wat betreft aantrekkelijkheid, dan dezelfde flapteksten zonder evaluatieve adjectieven. Een kwart van de flapteksten met adjectieven is tevens positiever beoordeeld wat betreft overtuigingskracht van de tekst, dan de flaptekst zonder adjectieven. De conclusie van dit onderzoek is daarom dat evaluatieve adjectieven in flapteksten in enkele gevallen een positief effect hebben op de attitude en intentie van de lezer.

Inhoud

1. Inleiding ... 3
2. Theoretisch kader ... 4
2.1 Persuasieve teksten ... 4
2.2 Adjectieven ... 6
2.2.1 Soorten adjectieven ... 6
2.2.2 Evaluatieve adjectieven ... 6
2.2.3 Effecten van evaluatieve adjectieven op de lezer ... 7
2.2.4 Eerdere onderzoeken naar het effect van evaluatieve adjectieven op lezers ... 8
3. Methode ... 10
3.1 Opzet ... 10
3.2 Materiaal ... 11
3.3 Vragenlijst ... 12
3.4 Participanten ... 13
3.5 Procedure ... 14
4. Resultaten ... 14
4.1 Oordeel over de aantrekkelijkheid van de tekst ... 14
4.2 Oordeel over de overtuigingskracht van de tekst ... 15
4.3 Houding ten opzichte van het boek ... 16
4.4 De intentie om dit boek te lezen of kopen ... 17
5. Discussie ... 18
Literatuurlijst ... 20
Bijlage 1. Originele flaptekst van *Judas* ... 22
Bijlage 2. Gemanipuleerde flaptekst van *Judas* ... 23
Bijlage 3. Originele flaptekst van *Vele hemels boven de zevende* ... 24
Bijlage 4. Gemanipuleerde flaptekst van *Vele hemels boven de zevende* ... 25
Bijlage 5. Originele flaptekst van *Verloren* ... 26
Bijlage 6. Gemanipuleerde flaptekst van *Verloren* ... 27
Bijlage 7. Originele flaptekst van *Hemel en hel* ... 28
Bijlage 8. Gemanipuleerde flaptekst van *Hemel en hel* ... 29
Bijlage 9. Enquête ... 30

1. Inleiding

> In dit meeslepende verhaal, geschreven in zijn eigen onnavolgbare stijl, toont de befaamde schrijver X – een geboren verteller die al verschillende bestsellers op zijn naam heeft staan – ons weer een aantal uit het leven gegrepen karakters. De held van dit verhaal, dat toegankelijk is voor lezers van elke leeftijd, ontmoet in een tram een geheimzinnige persoon, die ruzie zoekt met een willekeurige passagier. In de slotepisode komen wij deze raadselachtige figuur weer opnieuw tegen; ditmaal staat hij uiterst aandachtig te luisteren naar de raadgevingen van een van zijn vrienden, een verfijnde meester-dandy. Het geheel blijft de lezer bij als een machtig epos, door de schrijver X met meesterhand geciseleerd.

Bovenstaande tekst is een stijloefening van een flaptekst, geschreven door Raymond Queneau (1978). Flapteksten zijn vaak herkenbaar aan hun typische stijl. Toch is er nog niet veel onderzoek gedaan naar flapteksten. De literatuur die over flapteksten bestaat, beschrijft voornamelijk de kenmerken van flapteksten en de functies die ze dragen. Zo stelt Glas (1992) na een klein onderzoek naar flapteksten dat de volgende elementen voornamelijk voorkomen in een flaptekst: “inhoudsbeschrijving, foto van de auteur, uitgeverijnaam, andere titels van de auteur, recensies van deze of eerdere titels, biografische auteursgegevens, intrinsieke kwaliteitsargumenten, eerder door de auteur behaalde literaire bekroningen” (p. 299). Ik heb echter geen literatuur gevonden waarin de perceptie van flapteksten door lezers centraal staat. Daar wil ik met dit onderzoek verandering in brengen.

Genette (1997) legt uit dat de flaptekst in eerste instantie gericht was aan literatuurcritici. Op basis van de flaptekst konden zij hun recensie schrijven. Tegenwoordig zijn flapteksten voor uitgevers voornamelijk een vorm van reclame en laten consumenten hun koopgedrag er mede door bepalen (Beekman, 2007). Ook uit onderzoek van Mathijssen (2010) blijkt dat de flaptekst voor lezers vooral een verkoopfunctie heeft; vrijwel niemand in zijn onderzoek geeft aan de flaptekst na aanschaf van het boek nog eens te lezen. Deze functie van flapteksten beïnvloedt ook het taalgebruik, aldus Marciulioniene (2006): “An overall tendency is that the language of blurbs is considered to be particularly market-conscious and value-added. It is noted not only for a specific verb choice but is also marked by a predominant use of adjectives” (p. 62). Een overvloedig gebruik van adjectieven is dus een belangrijk kenmerk van flapteksten. Dit geldt tevens voor persuasieve teksten in het algemeen, de tekstsoort waar flapteksten onder vallen (Sandell, 1977). Adjectieven zijn een belangrijk middel van een schrijver om een lezer te overtuigen, en dan in het bijzonder evaluatieve adjectieven (Pander Maat, 2003). Evaluatieve

adjectieven vertellen de lezer iets subjectiefs over het substantief waar ze bij horen. Door het substantief een nieuwe betekenis of connotatie mee te geven, bewerkstelligen evaluatieve adjectieven attitudeverandering van de lezer ten opzichte van dit substantief (Hoeken, Hornikx, & Hustinx, 2009). Maar het uiteindelijke doel van flapteksten is natuurlijk niet slechts attitudeverandering, maar gedragsverandering: de lezer van de flaptekst gaat het boek lezen en/of kopen. Intentie is de belangrijkste determinant van gedrag (Ajzen & Fishbein, 1980; Fishbein & Ajzen, 1975, geciteerd in Hoeken, 1998). In dit onderzoek wil ik nagaan wat het effect is van evaluatieve adjectieven in flapteksten op de attitude en intentie van de lezer. De nulhypothese is:

> H0. Evaluatieve adjectieven in flapteksten hebben geen positief effect op de attitude en intentie van de lezer.

De alternatieve hypothese is:

> H1. Evaluatieve adjectieven in flapteksten hebben een positief effect op de attitude en intentie van de lezer.

Door flapteksten als onderzoeksobject te nemen, is dit onderzoek niet alleen wetenschappelijk relevant, maar zeker ook praktisch; uitgeverijen en andere belanghebbenden in het boekenvak kunnen lering trekken uit de resultaten, en flapteksten meer aanpassen naar hun effect op de lezer.

In Hoofdstuk 2 zal ik de theorie beschrijven omtrent persuasieve teksten en evaluatieve adjectieven. In Hoofdstuk 3 zal ik de methode bespreken waarmee ik mijn hoofdvraag zal onderzoeken. In Hoofdstuk 4 bespreek ik de resultaten van mijn onderzoek. Tot slot bevat Hoofdstuk 5 de discussie van dit onderzoek.

2. Theoretisch kader

2.1 Persuasieve teksten

Flapteksten zou ik willen scharen onder persuasieve teksten. Hoeken (1992) onderscheidt drie tekstdoelen met daaraan gekoppelde tekstsoorten:

1. Informatieve teksten. Deze hebben als doel om de lezer te informeren.
2. Instructieve teksten. Deze hebben als doel de lezer in staat te stellen een handeling uit te voeren.
3. Persuasieve teksten. Deze hebben als doel om de lezer te overtuigen van een bepaald standpunt waardoor ze gewenst gedrag gaan vertonen.

Het doel van flapteksten is om de lezer te overtuigen dat het desbetreffende boek een boek is dat ze zouden moeten lezen en/of kopen, waardoor ze het boek gaan lezen en/of kopen. Echter, gedrag van een lezer is zeer moeilijk te beïnvloeden. Daarom geeft Hoeken (1998) een scherpere definitie van persuasieve teksten: "Persuasieve teksten worden geschreven met als doel de attitude van de lezer te beïnvloeden door middel van informatieoverdracht, waarbij de lezer een zekere mate van vrijheid heeft" (p. 14). De frase 'waardoor ze gewenst gedrag gaan vertonen' komt hier niet meer in voor. Informatieoverdracht kan de attitude beïnvloeden, maar het kan niet rechtstreeks het gedrag beïnvloeden (Hoeken, 1998). Er bestaan veel definities van attitude. De definitie van Eagly en Chaiken (1993) is vaak geciteerd: "... a psychological tendency that is expressed by evaluating a particular entity with some degree of favor or disfavor" (p. 1). Een andere bekende definitie is die van Petty en Cacioppo (1986b): "... general evaluations people hold in regard to themselves, other people, objects, and issues" (p. 127). Heel simpel gesteld is attitude dus de evaluatie van een object of een persoon, of van andere zaken, zoals een instantie, gedrag, beleid, of een product.

De relatie tussen attitude en gedrag is zeer gecompliceerd. Er zijn diverse modellen die stellen dat gedrag door een grote verscheidenheid aan variabelen wordt beïnvloed. Attitude is dan slechts één van die variabelen. Volgens het model *Theory of Reasoned Action* is de belangrijkste determinant van gedrag de intentie om dat gedrag te vertonen (Ajzen & Fishbein, 1980; Fishbein & Ajzen, 1975, geciteerd in Hoeken, 1998). Die intentie zou weer bepaald worden door de gedragsattitude en de subjectieve norm. Gedragsattitude is een evaluatie van bepaald gedrag, zoals het lezen van boeken (Hoeken, 1998). De subjectieve norm is 'de druk die anderen volgens jou op je uitoefenen om het gedrag (al of niet) te vertonen' (Hoeken, 1998). Het model *Theory of Reasoned Action* is echter een sterk versimpeld model. Er zijn zoals eerder gezegd allerlei bijkomende variabelen die iemands gedrag bepalen. Zo moet iemand ook alle middelen hebben om het gedrag te kunnen vertonen. Hoewel de relatie tussen attitude en gedrag dus zeer gecompliceerd is, zijn veel persuasieve teksten uiteindelijk toch gericht op het beïnvloeden van gedrag (Hoeken et al., 2009). In dit onderzoek zal ik daarom, naast attitude, ook de intentie meten van de lezer om een boek te kopen of te lezen. Zeker voor uitgeverijen is die intentie belangrijk.

Flapteksten geven vaak ook informatie over het boek. De grens tussen informatieve en persuasieve teksten is dan ook niet altijd even scherp. Een persuasieve tekst kan een informatief effect hebben en andersom. Het verschaffen van informatie is één van de determinanten bij de vorming van attitudes (Hoeken, 1998). Flapteksten kunnen daardoor informatie over het boek

bevatten, maar toch onder persuasieve teksten vallen. De intentie van de schrijver is doorslaggevend voor het karakter van de tekst.

Persuasieve teksten leunen sterk op adjectieven om hun doelen te bereiken (Sandell, 1977). Hier ga ik in de volgende paragraaf verder op in.

2.2 Adjectieven

2.2.1 Soorten adjectieven

Sandell (1977) stelt dat er een duidelijke correlatie bestaat tussen de intentie om te overtuigen en het gebruik van adjectieven. Hij geeft hier twee verklaringen voor. Ten eerste zijn adjectieven functioneel voor het beschrijven en karakteriseren van fenomenen, ideeën en producten. Ten tweede bestaat naast de beschrijvende functie ook de affectieve functie van adjectieven: ze kunnen de lezer in een gunstige stemming brengen. “Adjectives may be used here to stir the feelings of the receiver to the extent of losing his defences against attitudinal attacks” (Sandell, 1977, p. 128).

Dixon en Aikhenvald (2004) onderscheiden dertien soorten adjectieven. Er zijn vier kernsoorten die in principe in elke taal voorkomen: dimensie (‘groot’, ‘klein’, ‘lang’), leeftijd (‘nieuw’, ‘jong’, ‘oud’), waarde (‘mooi, ‘slecht’, ‘prachtig’) en kleur (‘rood’, ‘blauw’, ‘groen’). In dit onderzoek zal ik mij richten op de kernsoort *waarde*. De andere soorten adjectieven zijn: fysieke eigenschappen (‘heet’, ‘zacht’, ‘sterk’), menselijke eigenschappen (‘trots’, ‘jaloers’, ‘vrolijk’), snelheid (‘snel’, ‘vlug’, ‘langzaam’), moeilijkheid (‘makkelijk’, ‘moeilijk’, ‘simpel’), gelijksoortigheid (‘zoals’, ‘soortgelijk’, ‘anders’), kwalificatie (‘mogelijk’, ‘normaal’, ‘waarschijnlijk’), kwantificatie (‘veel’, ‘enkele’ sommige’), positie (‘hoog’, ‘ver’, ‘noordelijk’) en hoofdtelwoorden (‘eerste’, ‘tweede’, ‘laatste).

De adjectieven die een waarde aanduiden worden in andere onderzoeken ook wel evaluatieve adjectieven genoemd (in o.a. Hoeken, 1995; Thompson & Hunston, 2000; Pander Maat, 2003). Die term hanteer ik ook in dit onderzoek. In de volgende paragraaf zal ik verder ingaan op dit soort adjectieven.

2.2.2 Evaluatieve adjectieven

‘Evaluatie’ in het algemeen wordt door Thompson en Hunston (2000, p. 5) gedefinieerd als:

> The broad cover term for the expression of the speaker or writer’s attitude or stance towards, viewpoint on, or feelings about the entities or propositions that he or she is talking about. That attitude may relate to certainty or obligation or desirability or any of a number of other sets of values.

Evaluatieve adjectieven zouden dan omschreven kunnen worden als adjectieven die de houding, het standpunt of het gevoel van de schrijver ten opzichte van een onderwerp of gebeurtenis uiten. Het zijn adjectieven die een subjectieve beoordeling van de schrijver aanduiden (Nouwen, 2013; Pierini, 2009); de belangrijkste functie van evaluatieve adjectieven is evalueren (Thompson & Hunston, 2000).

Hunston en Sinclair (2000) hebben vijf patronen gevonden om evaluatieve adjectieven te identificeren. Deze zijn te vinden in Tabel 1. Deze patronen lijken ook op te gaan voor het Nederlands.

Tabel 1

Patronen om evaluatieve adjectieven te identificeren, volgens Hunston en Sinclair (2000)

Patroon	Engels voorbeeld	Nederlands voorbeeld
1. It + link verb + adjective group + clause	'It was *wonderful* talking to you.'	'Het was *geweldig* om met je te praten.'
2. There + link verb + something/anything/nothing + adjective group + about/in + noun group or –ing clause	'There is nothing *funny* about breaking your leg.'	'Er is niets *grappig* aan je been breken.'
3. Link verb + adjective group + to-infinitive clause	'This book is *great* to read.'	'Dit boek is *geweldig* om te lezen.'
5. Pseudo clefts	'What I find *interesting* is that this play is not sold out yet.'	'Wat ik *interessant* vind, is dat deze voorstelling nog niet uitverkocht is.'
6. Patterns with general nouns	'The *surprising* thing about chess is that computers can play it so well.'	'Het *verrassende* aan schaken is dat computers het zo goed kunnen.'

Zowel Hunston en Sinclair (2000) als Sandell (1977) scharen adverbia die gebaseerd zijn op evaluatieve adjectieven ook onder evaluatieve adjectieven. Dat zal ik in dit onderzoek ook doen.

2.2.3 Effecten van evaluatieve adjectieven op de lezer

Volgens Pander Maat (2003) wordt de subjectiviteit van evaluatieve adjectieven gebruikt om een *common ground* te creëren tussen schrijver en lezer. Sommige woorden kunnen namelijk enkel begrepen worden door het gebruik van een referentiepunt uit de context waarin de uiting

gedaan wordt, of uit de gezamenlijke achtergrondkennis van de schrijver en lezer. Evaluatieve adjectieven zijn hier een belangrijk voorbeeld van; ze refereren naar subjectieve ervaringen van de schrijver, maar de schrijver gebruikt de adjectieven alsof het gaat om een gezamenlijke ervaring van de schrijver en lezer. De lezer voelt zich op deze manier sterker verbonden met de schrijver en zal sneller zijn attitude overnemen. Als de auteur van een tekst bijvoorbeeld spreekt van een 'sfeervol restaurant', dan gaat de lezer ervan uit dat het restaurant inderdaad kenmerken heeft die de lezer sfeervol vindt. Deze *common ground* is echter helemaal niet gegarandeerd. Het kan zijn dat de lezer een restaurant sfeervol vindt als er discolichten en plastic tafelkleden aanwezig zijn, terwijl de auteur een restaurant sfeervol vindt als er rozenblaadjes en waxinelichtjes op de tafels staan. Lezers blijken dit echter vaak niet te beseffen, waardoor evaluatieve adjectieven effectief kunnen zijn in attitudeverandering van de lezer.

Hoeken (1995) stelt eveneens dat evaluatieve adjectieven de attitude van de lezer kunnen beïnvloeden, maar heeft hier een andere verklaring voor. Eerder verwees ik al naar Sandell (1977), die de affectieve functie van adjectieven benoemt. Evaluatieve adjectieven zijn bij uitstek affectief en door conditionering kan dit de attitude beïnvloeden (Hoeken, 1995). Conditionering houdt in dat attitudes ten opzichte van een entiteit kunnen veranderen door middel van stimuli die een positieve of negatieve reactie oproepen (Hoeken et al., 2009). Een kind krijgt bijvoorbeeld een snoepje als ze een boek pakt in plaats van een spelcomputer. Op die manier kan het attitude-object geassocieerd worden met een positief of negatief gevoel, waardoor de attitude richting dat object positief of negatief wordt. Door middel van taal kan er ook een soort conditioneringsproces ontstaan (Hoeken et al., 2009). Evaluatieve adjectieven als 'mooi', 'schitterend' of 'geweldig' dragen een positieve lading met zich mee, de affectieve betekenis van een woord. Mensen hebben geleerd om deze woorden te associëren met positieve ervaringen (Leech, 1980). Deze positieve ervaringen worden opgeroepen bij het lezen van deze woorden, waardoor de attitude ten opzichte van het onderwerp positief wordt beïnvloed (Hoeken et al., 2009). Op deze manier kunnen evaluatieve adjectieven in flapteksten een positief effect hebben op de attitude van de lezer.

2.2.4 Eerdere onderzoeken naar het effect van evaluatieve adjectieven op lezers

Hoeken (1995) heeft onderzoek gedaan naar adjectieven in vakantiebrochures. Deze teksten staan net als flapteksten vaak vol met evaluatieve adjectieven, met als doel de attitude van de lezer te beïnvloeden. Hij ontwierp verschillende versies van een brochure voor Bulgarije. Eén versie bevatte evaluatieve adjectieven en één versie bevatte informatieve adjectieven. Uit het onderzoek van Hoeken (1995) blijkt dat de overtuiging, attitude en intentie van kritische lezers

ten opzichte van de vakantiebestemming positiever was door de tekstversie met informatieve adjectieven in vergelijking met de versie met evaluatieve adjectieven. Voor de perifere lezers bleek het soort adjectief niet uit te maken. Hoeken maakt in zijn onderzoek onderscheid tussen lezers op basis van het *Elaboration Likelihood Model* (Petty & Cacioppo, 1986a). Volgens dit model kan informatie verwerkt worden via de centrale route of via de perifere route. Er zijn lezers die gemotiveerd en bekwaam genoeg zijn om een tekst te begrijpen, zij zullen de tekst via de centrale route verwerken (Hoeken et al., 2009). Ze zullen de tekst kritisch lezen en letten op de argumenten die in de tekst staan. Er zijn ook lezers die niet gemotiveerd en/of niet bekwaam genoeg zijn, zij zullen advertenties via de perifere route van elaboratie verwerken (Hoeken et al., 2009). Zij kunnen overtuigd worden door perifere signalen die positieve (of negatieve) gevoelens oproepen, zoals evaluatieve adjectieven. In principe kan iedereen een tekst kritisch of perifeer lezen, afhankelijk van de motivatie om de tekst te lezen. Toch stelt Hoeken (1995) dat lezers ofwel kritische lezers, ofwel perifere lezers zijn. Onder zijn proefpersonen maakt hij dit onderscheid op basis van de *Need for Cognition Scale*, 'designed to distinguish individuals who dispositionally tend to engage in and enjoy effortful analytic activity from those who do not' (Petty & Cacioppo, 1986b). Op basis van deze test worden proefpersonen ofwel ingedeeld in de groep perifere lezers met een "lower need for cognition" (Hoeken, 1995, p. 137), ofwel in de groep kritische lezers met een "higher need for cognition" (Hoeken, 1995, p. 137). De brochure met evaluatieve adjectieven zou een positiever effect moeten hebben op de overtuiging, attitude en intentie van de perifere lezers dan de brochure met informatieve adjectieven, maar dit blijkt niet uit het experiment van Hoeken (1995).

Pander Maat (2003) heeft het experiment van Hoeken (1995) herhaald, omdat het verschil tussen de evaluatieve versie en de informatieve versie in het onderzoek van Hoeken helemaal niet zo groot is. De evaluatieve versie had inderdaad een hoge affectieve score, maar de informatieve versie had een gemiddelde affectieve score, geen lage affectieve score. Pander Maat (2003) heeft daarom onderzocht of een scherper verschil tussen deze versies resulteert in een andere uitkomst. De informatieve tekst in zijn onderzoek heeft daadwerkelijk een lage affectieve score en de evaluatieve tekst een hoge affectieve score. Alle lezers bleken positief te reageren op de evaluatieve elementen, ongeacht hun cognitieve stijl. Het contrast tussen de teksten was blijkbaar zo groot, dat zowel perifere als kritische lezers de tekst met evaluatieve adjectieven prefereren boven de tekst met informatieve adjectieven. De tekst met evaluatieve adjectieven werd aantrekkelijker gevonden en de attitude richting de vakantie van lezers die deze tekst hadden gelezen, was positiever dan de attitude van lezers die de informatieve versie

hadden gelezen. Er werd echter geen verschil gevonden op de intentie van de lezers om de reis te boeken. Ik zal de cognitieve stijl van lezers in dit onderzoek niet meenemen, gezien de resultaten van Pander Maat (2003) en gezien mijn eerdere opmerking dat de cognitieve stijl van lezers per tekst en per moment verschilt, en proefpersonen dus moeilijk bestempeld kunnen worden als ofwel kritische lezers, ofwel perifere lezers.

Uit een recente masterscriptie van Kruitbosch (2017) blijkt dat evaluatieve adjectieven in huizenadvertenties een positief effect hebben op de overtuiging en koopintentie van de lezer. De advertenties met evaluatieve adjectieven werden overtuigender gevonden en hadden een positiever effect op de koopintentie dan advertenties met informatieve adjectieven. Bij botenadvertenties werden advertenties met evaluatieve adjectieven minder betrouwbaar gevonden dan advertenties met informatieve adjectieven. Informatieve adjectieven zorgen er mogelijk voor dat de tekst door lezers minder als een persuasieve tekst wordt gezien en meer als een informatieve tekst. Persuasieve teksten worden door lezers meer gewantrouwd dan informatieve teksten (Hoeken, 1998). Er wordt bij informatieve teksten sneller van uitgegaan dat er voldaan wordt aan het communicatiebeginsel van Eemeren en Grootendorst (1992): teksten zijn zo helder, eerlijk, efficiënt en relevant als mogelijk is. Bij persuasieve teksten zou het kunnen zijn dat de schrijver bepaalde argumenten verzwijgt of verfraait om tot zijn of haar doel te komen met de tekst. Daardoor zouden de advertenties met informatie adjectieven mogelijk betrouwbaarder gevonden worden dan de advertenties met evaluatieve adjectieven.

Uit deze onderzoeken komen dus wisselende resultaten naar voren wat betreft het effect van evaluatieve adjectieven op de attitude en intentie van de lezer. Blijkbaar kan hier geen eenduidig beeld over gevormd worden. Het is daarom relevant om nu voor flapteksten te onderzoeken wat het effect is van evaluatieve adjectieven op de lezer. In de volgende paragraaf zal ik ingaan op de manier waarop ik dit zal onderzoeken.

3. Methode

3.1 Opzet

Voor dit onderzoek heb ik vier flapteksten geselecteerd die ik vervolgens heb gemanipuleerd door de evaluatieve adjectieven eruit te halen. Op die manier heb ik in totaal acht flapteksten onderzocht, verdeeld over twee condities: de originele versies met evaluatieve adjectieven en de gemanipuleerde versies zonder evaluatieve adjectieven. In eerdere onderzoeken zijn de evaluatieve adjectieven vervangen door adjectieven met minder affectieve betekenis (Hoeken, 1995; Pander Maat, 2003) en/of door informatieve adjectieven (Hoeken, 1995; Kruitbosch,

2017; Pander Maat, 2003). In dit onderzoek heb ik de evaluatieve adjectieven volledig weggelaten, om nog scherper het effect te kunnen meten van de toevoeging van evaluatieve adjectieven aan een tekst op de attitude en intentie van de lezer. Bovendien zijn informatieve adjectieven minder logisch en relevant in flapteksten, in vergelijking met reisbrochures, huizenadvertenties of botenadvertenties, waarin meer feitelijke informatie gegeven kan worden. De originele flapteksten bevatten allemaal meerdere evaluatieve adjectieven, zodat er na de manipulatie een duidelijk verschil bestond tussen de originele en gemanipuleerde versies.

3.2 Materiaal

In boekwinkels zijn allerlei soorten boeken te vinden. Om deze variatie na te bootsen en om de generaliseerbaarheid van dit onderzoek te garanderen, is gekozen voor twee fictieboeken en twee non-fictieboeken van vier verschillende uitgeverijen. De gegevens van de boeken zijn te vinden in Tabel 2.

Tabel 2

Titel, Auteur, Uitgeverij, Fictie of Non-Fictie en Bijlagenummer voor de gebruikte flapteksten

Titel	Auteur	Uitgeverij	Fictie of non-fictie	Bijlage	
				Origineel	Manipulatie
Judas	Astrid Holleeder	Lebowski	Non-fictie	1	2
Vele hemels boven de zevende	Griet Op de Beeck	Prometheus	Fictie	3	4
Verloren	Min Kym	Hollands Diep	Non-fictie	5	6
Hemel en Hel	Jón Kalman Stefánsson	Ambo|Anthos Uitgevers	Fictie	7	8

Om de evaluatieve adjectieven te selecteren heb ik gebruik gemaakt van de eerdergenoemde patronen van Hunston en Sinclair (2000). De meeste evaluatieve adjectieven konden zonder problemen weggehaald worden. Er waren echter een aantal gevallen waarbij de zin die na de manipulatie overbleef weinig betekenis meer had. Neem bijvoorbeeld de volgende zin: "*Judas* is een fascinerende en ontroerende zedenschets" (Bijlage 1). Na de manipulatie staat hier enkel nog: "*Judas* is een zedenschets." In deze gevallen heb ik besloten om de gehele zin weg te halen in de gemanipuleerde tekst. Een uitzondering hierop vormt de volgende zin met evaluatieve adjectieven: "In *Vele hemels boven de zevende* vechten vijf uiteenlopende figuren meer met zichzelf dan met elkaar in dit bestaan dat belachelijk mooi en geweldig lastig

is, allemaal tegelijk" (Bijlage 3). Er gaat teveel van de tekst verloren als deze zin geschrapt wordt. Ik heb er daarom voor gekozen om alleen 'belachelijk' en 'geweldig' te verwijderen. Uit *Judas* zijn 18 van de 327 woorden geschrapt, uit *Vele hemels boven de zevende* zijn 35 van de 258 woorden geschrapt, uit *Verloren* zijn 12 van de 263 woorden geschrapt en uit *Hemel en hel* zijn van 36 de 251 woorden geschrapt.

3.3 Vragenlijst

Om de attitude en intentie van proefpersonen ten opzichte van de flapteksten en de bijbehorende boeken te meten, heb ik een online enquête opgesteld. Elke participant las een flaptekst met evaluatieve adjectieven en een flaptekst zonder evaluatieve adjectieven. Deze verdeling gebeurde op basis van de vraag 'In welk seizoen bent u geboren?', waardoor er vier groepen ontstonden. De verdeling van de flapteksten over de verschillende groepen is te vinden in Tabel 3. Elke participant las een flaptekst van een fictieboek en van een non-fictieboek.

Tabel 3

Verdeling van de Flapteksten Met en Zonder evaluatieve Adjectieven over de verschillende Versies

Versie	Flaptekst met adjectieven	Flaptekst zonder adjectieven
Lente	Vele hemels boven de zevende	Judas
Zomer	Verloren	Vele hemels boven de zevende
Herfst	Hemel en hel	Verloren
Winter	Judas	Hemel en hel

Om de groepen te kunnen beschrijven werd allereerst gevraagd naar leeftijd en opleidingsniveau. Om te controleren of verschillen tussen de groepen niet afhankelijk is van verschillen in de houding van proefpersonen ten opzichte van boeken in het algemeen, zijn vier vragen gesteld die dit meten. Daarnaast werd gevraagd of proefpersonen één of meer boeken in het experiment reeds gelezen hadden.

Bij de twee flapteksten die de proefpersonen lazen, werd aan de hand van acht stellingen gevraagd naar vier constructen: het oordeel over de aantrekkelijkheid van de tekst, het oordeel over de overtuigingskracht van de tekst, de houding ten opzichte van het boek en de intentie om het boek te lezen of kopen. Elk construct bestond uit twee stellingen. De constructen zijn gebaseerd op de constructen die Hoeken (1995) en Pander Maat (2003) bevragen in hun onderzoeken. Het doel van dit experiment is nagaan wat het effect is van evaluatieve adjectieven in flapteksten op de attitude en intentie van de lezer. Attitude werd gemeten aan de

hand van de eerste drie constructen. Intentie werd gemeten met het laatste construct. 'Het oordeel over de aantrekkelijkheid van de tekst' geeft weer in hoeverre evaluatieve adjectieven de attitude van de lezer ten opzichte van de flaptekst zelf veranderen. Het kan namelijk zijn dat evaluatieve adjectieven zo sterk onderdeel zijn van de stijl van flapteksten, dat de teksten zonder evaluatieve adjectieven minder aantrekkelijk worden gevonden. 'Het oordeel over de overtuigingskracht van de tekst' geeft weer in hoeverre de lezer vindt dat de flaptekst hem of haar nieuwsgierig naar of enthousiast maakt voor het boek. Door deze manier van vragen heb ik ook geprobeerd uit te sluiten dat de lezer mogelijk enthousiast is voor het boek doordat hij of zij al vaker over het boek heeft gehoord. De proefpersonen konden antwoord geven op een vijfpunts Likertschaal, waarbij 1 = Oneens en 5 = Eens.

De enquête is te vinden in Bijlage 9.

3.4 Participanten

De participanten voor dit onderzoek zijn verzameld via een link op Facebook of via een e-mail. Iedereen die volwassen lectuur kan lezen, mocht participeren aan dit onderzoek. Op deze manier hoopte ik dat de groep zo breed mogelijk zou zijn en een correcte afspiegeling van de mensen die de flapteksten van de boeken in dit onderzoek zouden kunnen lezen.

176 participanten hebben de enquête ingevuld. Eén participant was 13 jaar oud, wat ik te jong acht om volwassen lectuur te kunnen lezen. Deze persoon heb ik daarom niet meegenomen in mijn onderzoek. Twaalf participanten hebben één of twee van de boeken reeds gelezen waar ze een flaptekst met stellingen over kregen. Omdat hun mening over de stellingen mogelijk beïnvloed werd door hun ervaring met het gelezen boek, in plaats van door de flaptekst, heb ik besloten deze personen eveneens niet mee te nemen in de resultaten van dit onderzoek. Er bleven in totaal nog 163 participanten over.

De leeftijd van de participanten varieerde van 17 tot 70 jaar, met een gemiddelde van 31.33 jaar (SD = 14.23). De participanten waren wat betreft gemiddelde leeftijd gelijk verdeeld over de verschillende versies ($F(3, 159) = 1.04$, $p = 0.378$). 41,7% van de participanten gaf aan een wo-opleiding te volgen of te hebben afgerond, 30.1% een hbo-opleiding, 11% een mbo-opleiding en de rest havo, mavo, vmbo of basisschool. De verdeling van de opleidingsniveaus over de verschillende versies is gelijk (χ^2 (21) = 19.78, $p = 0.535$).

Op de vraag 'Leest u graag boeken?' gaf 60.1% aan graag boeken te lezen, 33.7% antwoordde 'Zo nu en dan', en 6.1% gaf aan niet te houden van boeken lezen. Deze percentages zijn gelijk verdeeld over de verschillende versies (χ^2 (6) = 6.03, $p = 0.420$). Op de vraag

‘Hoeveel uur besteedt u per week aan het lezen van boeken?’ zei 36.8% minder dan 1 uur per week te lezen, 36.8% antwoordde 1-3 uur boeken te lezen, 14.1% zei 3-6 uur per week boeken te lezen, 8% gaf aan meer dan 6 uur per week te lezen en 4.3% zei geen tijd te besteden aan boeken lezen. Deze percentages zijn gelijk verdeeld over de verschillende versies (χ^2 (12) = 11.91, p = 0.453). Op de vraag ‘Hoeveel boeken leest u ongeveer per jaar’ gaf een meerderheid van 51.8% aan 0-10 boeken per jaar te lezen, 23.9% leest 10-20 boeken per jaar, 11% leest meer dan 30 boeken, 10.4% leest 20-30 boeken en 1.8% zei geen enkel boek te lezen. Deze percentages zijn gelijk verdeeld over de versies (χ^2 (12) = 4.37, p = 0.976). Op de vraag ‘Koopt u weleens boeken voor anderen?’ gaf 65% aan soms boeken voor anderen te kopen, 15.3% antwoordde ‘Ja, met regelmaat’ en 19.6% zei nooit boeken voor anderen te kopen. Deze percentages waren gelijk verdeeld over de versies (χ^2 (6) = 4.09, p = 0.665).

Eventuele verschillen in resultaten tussen de versies kunnen dus niet te wijten zijn aan een van deze zaken.

3.5 Procedure

Via Facebook en e-mails heb ik mensen gevraagd deel te nemen aan mijn onderzoek via Google Formulieren. Aan het begin van het formulier bedankte ik de proefpersonen voor hun deelname, vertelde ik dat het onderzoek 10-15 minuten zou duren en legde ik uit hoe de enquête was opgebouwd. Deze korte instructie is bovenaan de vragenlijst in Bijlage 9 te vinden. Deelnemers vulden eerst de vragen in over demografische gegevens en houding ten opzichte van boeken en aan het eind van de eerste pagina de vraag welk seizoen ze geboren zijn. Het antwoord op deze vraag leidde ze naar de verschillende flapteksten. Ze lazen eerst de flaptekst en beantwoordden hier vervolgens, op dezelfde pagina, de stellingen over. Op de volgende pagina stond de tweede flaptekst die ze moesten lezen, samen met de verschillende stellingen. De stellingen stonden in willekeurige volgorde. Daarna konden ze het formulier versturen. Alle vragen moesten verplicht ingevuld worden.

De waarnemingen zijn met behulp van IBM SPSS Statistics tot meetresultaten verwerkt. Ik heb allereerst een repeated measures uitgevoerd, en vervolgens een independent samples t-test.

4. Resultaten

4.1 Oordeel over de aantrekkelijkheid van de tekst

Het oordeel van de lezer over de aantrekkelijkheid van de tekst is gemeten aan de hand van twee stellingen: ‘Deze tekst spreekt me aan’ en ‘Ik vind de tekst prettig leesbaar’. Uit de

betrouwbaarheidsanalyse bleek dat de twee stellingen hetzelfde construct meten ($\alpha = 0.81$). Daarom is besloten om voor dit construct een gemiddelde score te berekenen.

In Tabel 4 zijn de resultaten van dit construct te vinden. De resultaten zijn gemiddelden van antwoorden op een Likertschaal, waarbij 1 = Oneens en 5 = Eens.

Tabel 4

De Gemiddelde somscore (M) en Standaarddeviatie (SD) per Boek van het oordeel over de aantrekkelijkheid van de tekst, uitgesplitst naar Originele Versie Met evaluatieve Adjectieven en Gemanipuleerde Versie Zonder evaluatieve Adjectieven (N: Aantal waarnemingen)

	Originele versie met adjectieven		Gemanipuleerde versie zonder adjectieven	
Boek	N	M (SD)	N	M (SD)
Judas	44	3.38 (1.12)	37	3.30 (1.11)
Vele hemels boven de zevende	37	2.87 (1.07)	47	2.98 (1.05)
Verloren	47	3.78 (0.67)	35	3.41 (1.04)
Hemel en hel	35	3.43 (0.85)	44	3.03 (1.12)
Totaal	163	3.39 (0.99)	163	3.16 (1.08)

Een repeated measures wees uit dat er een positief effect was van de aanwezigheid van evaluatieve adjectieven op de uitkomst van de stellingen ($F(1, 159) = 3.00$, $p = 0.043$, eenzijdig). Er was echter ook een significante interactie tussen de aanwezigheid van evaluatieve adjectieven en de boeken die proefpersonen gelezen hebben ($F(3, 159) = 6.44$, $p < 0.001$).

Om te onderzoeken of er per boek een effect is van de manipulatie van adjectieven op de uitkomst van het construct, heb ik een independent samples t-test uitgevoerd. Hieruit bleek dat er geen significant positief effect was van evaluatieve adjectieven op de uitkomst van de stellingen voor *Judas* ($t(79) = 0.31$, $p = 0.378$, eenzijdig) en *Vele hemels boven de zevende* (($t(82) = -0.49$, $p = 0.313$, eenzijdig).

Wel was er een positief effect van de aanwezigheid van evaluatieve adjectieven op de uitkomst van de stellingen voor *Verloren* ($t(54.22) = 1.80$, $p = 0.039$, eenzijdig) en *Hemel en hel* ($t(77) = 1.73$, $p = 0.044$, eenzijdig). De versie met evaluatieve adjectieven wordt positiever beoordeeld wat betreft aantrekkelijkheid van de tekst dan de versie zonder evaluatieve adjectieven.

4.2 Oordeel over de overtuigingskracht van de tekst

Het oordeel van de lezer over de overtuigingskracht van deze tekst is gemeten aan de hand van twee stellingen: ‘De tekst maakt me enthousiast voor dit boek’ en ‘De tekst maakt me nieuwsgierig naar dit boek’. Uit de betrouwbaarheidsanalyse bleek dat de twee stellingen

hetzelfde construct meten (α = 0.93). Daarom is besloten om voor dit construct een gemiddelde score te berekenen.

In Tabel 5 zijn de resultaten van dit construct te vinden.

Tabel 5

De Gemiddelde somscore (M) en Standaarddeviatie (SD) per Boek van het oordeel over de overtuigingskracht van het boek, uitgesplitst naar Originele versie Met evaluatieve Adjectieven en Gemanipuleerde versie Zonder evaluatieve Adjectieven (N: aantal waarnemingen)

	Originele versie met adjectieven		Gemanipuleerde versie zonder adjectieven	
Boek	N	M (SD)	N	M (SD)
Judas	44	2.94 (1.32)	37	3.11 (1.08)
Vele hemels boven de zevende	37	2.60 (1.29)	47	2.69 (1.21)
Verloren	47	3.37 (1.01)	35	2.91 (1.33)
Hemel en hel	35	2.94 (1.03)	44	2.77 (1.17)
Totaal	163	2.99 (1.19)	163	2.86 (1.20)

Een repeated measures wees uit dat er geen positief effect was van de aanwezigheid van evaluatieve adjectieven op de uitkomst van de stellingen ($F(1, 159) = 0.57$, $p = 0.226$, eenzijdig). Wel was er een significante interactie tussen de aanwezigheid van evaluatieve adjectieven en de boeken die proefpersonen gelezen hebben ($F(3, 159) = 4.22$, $p = 0.007$, eenzijdig).

Uit een independent samples t-test bleek dat er geen positief effect was van de aanwezigheid van evaluatieve adjectieven op de uitkomst van de stellingen voor *Judas* ($t(79) = -0.61$, $p = 0.273$, eenzijdig), *Vele hemels boven de zevende* ($t(82) = -0.35$, $p = 0.362$, eenzijdig) en *Hemel en hel* ($t(77) = 0.68$, $p = 0.250$, eenzijdig).

Voor *Verloren* was er wel een positief effect op de uitkomst van de stelling ($t(61.20) = 1.71$, $p = 0.046$, eenzijdig). De versie met evaluatieve adjectieven wordt positiever beoordeeld wat betreft overtuigingskracht van de tekst dan de versie zonder evaluatieve adjectieven.

4.3 Houding ten opzichte van het boek

De houding van de lezer ten opzichte van het boek is gemeten aan de hand van twee stellingen: ‘Dit lijkt me een interessant boek’ en ‘Dit lijkt me een mooi boek’. Uit de betrouwbaarheidsanalyse bleek dat de twee stellingen hetzelfde construct meten (α = 0.87). Daarom is besloten om voor dit construct een gemiddelde score te berekenen.

In Tabel 6 zijn de resultaten van dit construct te vinden.

Tabel 6

De Gemiddelde somscore (M) en Standaarddeviatie (SD) per Boek voor de houding ten opzichte van het boek, uitgesplitst naar Originele versie Met evaluatieve Adjectieven en Gemanipuleerde versie Zonder evaluatieve Adjectieven (N: aantal waarnemingen)

	Originele versie met adjectieven		Gemanipuleerde versie zonder adjectieven	
Boek	N	M (SD)	N	M (SD)
Judas	44	3.05 (1.20)	43	2.95 (1.10)
Vele hemels boven de zevende	37	2.87 (1.19)	47	3.07 (1.10)
Verloren	47	3.55 (0.89)	35	3.07 (1.14)
Hemel en hel	35	3.26 (1.07)	44	3.17 (1.15)
Totaal	163	3.20 (1.11)	163	3.07 (1.11)

Een repeated measures wees uit dat er geen positief effect was van de aanwezigheid van evaluatieve adjectieven op de uitkomst van de stelling ($F (1, 159) = 1.03$, $p = 0.156$, eenzijdig). Er was ook geen significante interactie tussen de aanwezigheid van evaluatieve adjectieven en de boeken die proefpersonen gelezen hebben ($F (3, 159) = 1.68$, $p = 0.087$).

4.4 De intentie om dit boek te lezen of kopen

De intentie van de lezer om een boek te lezen of kopen is gemeten aan de hand van twee stellingen: ‘Ik overweeg om dit boek te lezen’ en ‘Ik zou dit boek kopen voor mijzelf of iemand die ik ken’. Uit de betrouwbaarheidsanalyse bleek dat de twee stellingen hetzelfde construct meten ($\alpha = 0.86$). Daarom is besloten om voor dit construct een gemiddelde score te berekenen.

In Tabel 7 zijn de resultaten van dit construct te vinden.

Tabel 7

De Gemiddelde somscore (M) en Standaarddeviatie (SD) per Boek voor de Intentie om dit boek te kopen of lezen, uitgesplitst naar Originele versie Met Adjectieven en Gemanipuleerde versie Zonder Adjectieven (N: aantal waarnemingen)

	Originele versie met adjectieven		Gemanipuleerde versie zonder adjectieven	
Boek	N	M (SD)	N	M (SD)
Judas	44	2.49 (1.32)	37	2.46 (1.28)
Vele hemels boven de zevende	37	2.16 (1.15)	47	2.35 (1.31)
Verloren	47	2.80 (1.08)	35	2.37 (1.22)
Hemel en hel	35	2.54 (1.15)	44	2.49 (1.18)
Totaal	163	2.52 (1.19)	163	2.42 (1.24)

Een repeated measures wees uit dat er geen positief effect was van de aanwezigheid van adjectieven op de uitkomst van de stellingen ($F(1, 159) = 0.43$, $p = 0.257$, eenzijdig). Er was ook geen significante interactie tussen de aanwezigheid van evaluatieve adjectieven en de boeken die proefpersonen gelezen hebben ($F(3, 159) = 1.67$, $p = 0.088$).

5. Discussie

Evaluatieve adjectieven komen veelvuldig voor in flapteksten en zijn mede verantwoordelijk voor de typische stijl van de flaptekst. In dit onderzoek ben ik nagegaan wat het effect is van evaluatieve adjectieven in flapteksten op de attitude en intentie van de lezer. De nulhypothese is dat evaluatieve adjectieven in flapteksten geen positief effect hebben op de attitude en intentie van de lezer. De alternatieve hypothese is dat evaluatieve adjectieven in flapteksten een positief effect hebben op de attitude en intentie van de lezer.

Ik heb vier constructen onderworpen aan een kwantitatief onderzoek: het oordeel over de aantrekkelijkheid van de tekst, het oordeel over de overtuigingskracht van de tekst, de houding ten opzichte van het boek en de intentie om het boek te lezen of kopen. Er was een positief effect van de aanwezigheid van evaluatieve adjectieven op het oordeel over de aantrekkelijkheid van de tekst en het oordeel over de overtuigingskracht van de tekst, maar voor deze constructen was er tevens een interactie tussen de aanwezigheid van evaluatieve adjectieven en de flapteksten die proefpersonen hebben gelezen. Uit een verdere analyse blijkt dat de flapteksten van *Verloren* en *Hemel en hel* met evaluatieve adjectieven positiever zijn beoordeeld wat betreft aantrekkelijkheid, dan de flapteksten van deze boeken zonder evaluatieve adjectieven. De flaptekst van *Verloren* met adjectieven is tevens positiever beoordeeld wat betreft overtuigingskracht van de tekst, dan de flaptekst zonder adjectieven.

Op basis van deze resultaten concludeer ik dat evaluatieve adjectieven in flapteksten in enkele gevallen effect hebben op de attitude en intentie van de lezer. De H0 kan niet verworpen worden.

Persuasieve teksten leunen dus niet zo sterk op adjectieven als door sommige onderzoekers wordt beweerd (Sandell, 1977; Hoeken et al., 2009). Deze resultaten sluiten gedeeltelijk aan op de eerdergenoemde onderzoeken naar het effect van evaluatieve adjectieven in persuasieve teksten. Hoeken (1995) vond eveneens geen positief effect van evaluatieve adjectieven op de attitude en intentie van de lezer. Pander Maat (2003) vond wel positieve effecten van evaluatieve adjectieven op de attitude van de lezer, maar vond geen effect op de

gedragsintentie van de lezer. Kruitbosch (2017) vond alleen voor huizenadvertenties een positief effect van evaluatieve adjectieven op de overtuiging en koopintentie van de lezer, voor botenadvertenties vond hij geen effect.

Er is mogelijk geen sterk positief effect van evaluatieve adjectieven in flapteksten op de attitude en intentie van de lezer, omdat het beïnvloeden van attitude en gedragsintentie zeer gecompliceerd is. Attitude en intentie worden beide door een keur aan variabelen beïnvloed. De manipulatie die ik in dit onderzoek heb uitgevoerd, is mogelijk te klein om daadwerkelijk de attitude en intentie te beïnvloeden. Een andere of aanvullende verklaring is dat persuasieve teksten meer gewantrouwd worden door lezers dan informatieve teksten (Hoeken, 1998). Flapteksten kunnen wantrouwen oproepen bij de lezer, waardoor het mogelijk moeilijker is om de attitude en intentie van de lezer te beïnvloeden. De lezer zou zich er meer bewust van kunnen zijn dat de schrijver van de tekst refereert naar subjectieve ervaringen, en niet naar gezamenlijke ervaringen van de schrijver en de lezer (Pander Maat, 2003). Daardoor neemt de lezer de attitude van de schrijver minder snel over. Daarnaast kan het zo zijn dat veel proefpersonen in het onderzoek de tekst lazen volgens de centrale route van het *Elaboration Likelihood Model*, waardoor ze meer letten op de inhoud van de tekst, en niet op perifere cues als evaluatieve adjectieven. Proefpersonen hebben zelf op Facebook of via e-mail de link naar het onderzoek aangeklikt, waardoor hun motivatie waarschijnlijk hoog ligt. Dit kan ervoor zorgen dat het effect van evaluatieve adjectieven op de attitude en intentie van de lezer minder sterk is.

Als uitgevers attitude- en gedragsverandering willen bewerkstelligen met hun flapteksten, dan is de toevoeging van evaluatieve adjectieven alleen niet genoeg om dit te doen. Mogelijk zijn er andere tekstkenmerken van flapteksten die wel een positief effect hebben op de attitude en intentie van de lezer. Een interessant aspect van veel flapteksten is bijvoorbeeld de aanwezigheid van (citaten uit) recensies. Wat is het effect van deze recensies op de attitude en intentie van de lezer? Ik hoop dat mijn onderzoek een aanzet zal zijn voor meer onderzoeken naar het effect van flapteksten op lezers.

Literatuurlijst

Beekman, K. (2007). Flapteksten. Een verkennend onderzoek. Neerlandistiek.nl 07.07a, 1-13.

Dixon, R. M. W., & A. Y. Aikhenvald (eds.) (2004). *Adjective Classes: A Cross-linguistic Typology*. Oxford: Oxford University Press.

Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Fort Worth, TX: Harcourt Brace Jovanovich.

Eemeren, F.H., van & Grootendorst, R. (1992). *Argumentation, communication, and fallacies. A pragma-dialectical perspective.* Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Genette, G. (1997). Paratexts. Thresholds of interpretation. Cambridge: Cambridge University Press.

Glas, F. de (1992). Hebben uitgeverijen invloed op de literaire canon? Spiegel der letteren 34, 289-304.

Hoeken, H. (1992). Tekstontwerp: De psychologie achter effectieve zakelijke teksten. *Gramma/TTT*, I, 95-110.

Hoeken, H. (1995). *The design of persuasive texts: Effects of content, structure and style on attitude information*. Dissertation, Tilburg University.

Hoeken, H. (1998). *Het ontwerp van overtuigende teksten: Wat onderzoek leert over effectieve reclame en voorlichting.* Bussum: Coutinho.

Hoeken, H., Hornikx, J., Hustinx, L. (2009). *Overtuigende teksten: Onderzoek en ontwerp.* Bussum: Uitgeverij Coutinho.

Holleeder, A. (2016). *Judas*. Amsterdam: Lebowski.

Hunston, S., & Sinclair, J. (2000). A Local Grammar of Evaluation. In S. Hunston, & G. Thompson (Eds.), *Evaluation in Text: Authorial Stance and the Construction of Discourse* (pp. 74-101). Oxford: University Press.

Kruitbosch, N. (2017). Adjectieven en narratieven in veilingadvertenties (Masterscriptie). Communicatie en organisatie, Universiteit Utrecht, Utrecht.

Kym, M. (2017). *Verloren*. Amsterdam: Hollands Diep.

Leech, G. (1980). *Semantics* (2nd ed.). Harmondsworth: Penguin.

Mathijssen, L. (2010). Paratekst in e-books: Een verkennend onderzoek naar de veranderende paratekst bij digitale uitgaven (Masterscriptie). Boekwetenschap en Handschriftkunde, Universiteit van Amsterdam, Amsterdam.

Marciulioniene, V. (2006). Publisher's Blurb on English Books of Fiction: A Diachronic Genre Analysis.

Nouwen, R. (2013). Best nogal aardige middenmoters: De semantiek van graadadverbia van het midden-bereik. *Nederlandse Taalkunde*, *18*(2), 204-215.

Op de Beeck, G. (2014). *Vele hemels boven de zevende.* Amsterdam: Prometheus.

Pander Maat, H.L.W. (2003). Reference point concepts and document quality. *Document Design*, 4(1), 2-16.

Petty, R. E. & Cacioppo, J. T. (1986a). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. New York: Springer Verlag.

Petty, R. E. & Cacioppo, J. T. (1986b). The elaboration likelihood model of persuasion. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, *19*(1), 123-205.

Pierini, P. (2009). Adjectives in tourism English on the web: A corpus-based study. *CÍRCULO de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 40, 93-116.

Sandell, R. (1977). *Linguistic Style and* Persuasion. New York: Academic Press.

Stéfansson, J. K. (2010). *Hemel en hel* (M. Otten, Vert.). Amsterdam: Ambo|Anthos.

Thompson, G., & Hunston, S. (2000). *Evaluation in Text: Authorial Stance and the Construction of Discourse*. Oxford: University Press.

Queneau, R. (1978). *Stijloefeningen* (R. Kousbroek, Vert.). Amsterdam: De Bezige Bij.

Bijlage 1. Originele flaptekst van *Judas* van Astrid Holleeder, met evaluatieve adjectieven

‘Een valse hond sluit je op in een hok, of laat je inslapen.’

Astrid en Sonja Holleeder besluiten in 2013 te doen wat niemand voor mogelijk hield: ze staan op tegen hun broer Willem – die na zijn vrijlating in 2012 tot nationale knuffelcrimineel was uitgegroeid – en leggen zeer belastende verklaringen tegen hem af, net als zijn ex-vriendin Sandra den Hartog. De dag dat het nieuws op 24 maart 2015 naar buiten komt – ‘Vrouwen vloeren Holleeder’ – worden in een uitzending van *RTL Late Night* een aantal **schokkende** geluidsfragmenten uitgezonden. Het luidt de val van de **onaantastbare** Willem Holleeder in.

Wat weinigen wisten, is dat Willem Holleeder zijn familie dertig jaar lang terroriseerde, afperste en bedreigde, precies zoals zijn alcoholistische vader – werknemer bij Heineken – de familie jarenlang had overheerst en mishandeld. Kinderen, vrouwen, aangetrouwde familie, tot aan moeder Stien toe: niemand ontkwam aan hun **despotische** gedrag.

Judas speelt zich af tussen 2012 en het heden, en is doorspekt met flashbacks naar **spraakmakende** gebeurtenissen in het verleden. Het is een **verbijsterende** familiekroniek waarin Astrid Holleeder een **onthutsend** portret schetst van een gezin dat sinds 1983 – het jaar van de Heineken-ontvoering – alleen nog maar een achternaam heeft: Holleeder. In dit **unieke** boek vertelt zij op **indringende** wijze over de impact van de ontvoering op alle familieleden, de verwijdering tussen de bloedgabbers Willem Holleeder en Cor van Hout (die in 2003 om het leven kwam), de bedreiging van Peter R. de Vries, liquidaties en afpersingen in het criminele milieu. Ook spreekt ze vrijuit over haar jeugd en haar moeder, de kinderen, haar ex-partners, haar werk als advocate en haar dubbelrol als consigliere van haar broer. Door zich als vertrouweling op te stellen kon Astrid dicht in de nabijheid van haar broer verkeren, en hun gesprekken in het geheim opnemen, met maar één doel: hem levenslang geven.

‘De vrouw die zich uit dit milieu heeft weten te ontworstelen moet van tropisch hardhout zijn gemaakt. *Judas* is een **fascinerende** en **ontroerende** zedenschets.’ DE VOLKSKRANT

Bijlage 2. Gemanipuleerde de flaptekst van *Judas* van Astrid Holleeder, zonder evaluatieve adjectieven

‘Een valse hond sluit je op in een hok, of laat je inslapen.’

Astrid en Sonja Holleeder besluiten in 2013 te doen wat niemand voor mogelijk hield: ze staan op tegen hun broer Willem – die na zijn vrijlating in 2012 tot nationale knuffelcrimineel was uitgegroeid – en leggen zeer belastende verklaringen tegen hem af, net als zijn ex-vriendin Sandra den Hartog. De dag dat het nieuws op 24 maart 2015 naar buiten komt – ‘Vrouwen vloeren Holleeder’ – worden in een uitzending van *RTL Late Night* een aantal geluidsfragmenten uitgezonden. Het luidt de val van Willem Holleeder in.

Wat weinigen wisten, is dat Willem Holleeder zijn familie dertig jaar lang terroriseerde, afperste en bedreigde, precies zoals zijn alcoholistische vader – werknemer bij Heineken – de familie jarenlang had overheerst en mishandeld. Kinderen, vrouwen, aangetrouwde familie, tot aan moeder Stien toe: niemand ontkwam aan hun gedrag.

Judas speelt zich af tussen 2012 en het heden, en is doorspekt met flashbacks naar gebeurtenissen in het verleden. Het is een familiekroniek waarin Astrid Holleeder een portret schetst van een gezin dat sinds 1983 – het jaar van de Heineken-ontvoering – alleen nog maar een achternaam heeft: Holleeder. In dit boek vertelt zij over de impact van de ontvoering op alle familieleden, de verwijdering tussen de bloedgabbers Willem Holleeder en Cor van Hout (die in 2003 om het leven kwam), de bedreiging van Peter R. de Vries, liquidaties en afpersingen in het criminele milieu. Ook spreekt ze vrijuit over haar jeugd en haar moeder, de kinderen, haar ex-partners, haar werk als advocate en haar dubbelrol als consigliere van haar broer. Door zich als vertrouweling op te stellen kon Astrid dicht in de nabijheid van haar broer verkeren, en hun gesprekken in het geheim opnemen, met maar één doel: hem levenslang geven.

‘De vrouw die zich uit dit milieu heeft weten te ontworstelen moet van tropisch hardhout zijn gemaakt.’ DE VOLKSKRANT

Bijlage 3. Originele flaptekst van *Vele hemels boven de zevende* van Griet Op de Beeck, met evaluatieve adjectieven

Lou is twaalf, Eva zesendertig, Elsie tweeënveertig, Casper zesenveertig, en Jos eenenzeventig. Vijf mensen, met elkaar verbonden, vertellen hun verhaal. Over onverwacht geluk dat de dingen moeilijk maakt, over geheimen die te groot lijken, over de complexe kunst van het jong zijn, over obstakels die bergen worden, amper te beklimmen, over blijven proberen, tot waar geen mens meer verder kan.

In *Vele hemels boven de zevende* vechten vijf uiteenlopende figuren meer met zichzelf dan met elkaar in dit bestaan dat **belachelijk mooi** en **geweldig lastig** is, allemaal tegelijk.

Griet Op de Beeck heeft een debuut geschreven dat indruk maakt. Met **prachtige** zinnen en **oorspronkelijke** observaties creëert ze niet alleen **intrigerende** personages, maar schetst ze ook een **treffend** beeld van deze tijd. *Vele hemels boven de zevende* is een veelstemmige roman, die je onmogelijk vrijblijvend kunt lezen**. Geestig, pijnlijk** en **ontregelend herkenbaar**. Deze schrijfster is gekomen om te blijven.

Griet Op de Beeck (1973) was tien jaar lang dramaturg in het theater. Daarna ging ze schrijven voor HUMO en voor De Morgen. Met dit **overweldigende** debuut verovert ze een **mooie** plek in het literaire landschap.

‘Een **weergaloos** boek.’ DE STANDAARD

‘Griet Op de Beeck heeft een **betoverende** tekst geschreven: een tekst als een Spinvisliedje, waarin flarden van mensenlevens zo gerangschikt zijn dat het bij de toehoorder een vleugje heimwee oproept, en schrijnt.’ DE VOLKSKRANT

‘Een boek over ons gestuntel en onze pogingen om niet alleen te zijn: zo **superieur** geschreven, zo **teder** en **kwetsbaar** en bijwijlen ook zo **geestig** dat je hart ervan breekt en opspringt tegelijk.’ PETER VERHELST

Bijlage 4. Gemanipuleerde flaptekst van *Vele hemels boven de zevende* van Griet Op de Beeck, zonder evaluatieve adjectieven

Lou is twaalf, Eva zesendertig, Elsie tweeënveertig, Casper zesenveertig, en Jos eenenzeventig. Vijf mensen, met elkaar verbonden, vertellen hun verhaal. Over onverwacht geluk dat de dingen moeilijk maakt, over geheimen die te groot lijken, over de complexe kunst van het jong zijn, over obstakels die bergen worden, amper te beklimmen, over blijven proberen, tot waar geen mens meer verder kan.

In *Vele hemels boven de zevende* vechten vijf uiteenlopende figuren meer met zichzelf dan met elkaar in dit bestaan dat mooi en lastig is, allemaal tegelijk.

Griet Op de Beeck heeft een debuut geschreven dat indruk maakt. Met zinnen en observaties creëert ze niet alleen personages, maar schetst ze ook een beeld van deze tijd. *Vele hemels boven de zevende* is een veelstemmige roman, die je onmogelijk vrijblijvend kunt lezen**.** Deze schrijfster is gekomen om te blijven.

Griet Op de Beeck (1973) was tien jaar lang dramaturg in het theater. Daarna ging ze schrijven voor HUMO en voor De Morgen. Met dit debuut verovert ze een plek in het literaire landschap.

‘Een tekst als een Spinvisliedje, waarin flarden van mensenlevens zo gerangschikt zijn dat het bij de toehoorder een vleugje heimwee oproept, en schrijnt.’ DE VOLKSKRANT

‘Een boek over ons gestuntel en onze pogingen om niet alleen te zijn: zo geschreven dat je hart ervan breekt en opspringt tegelijk.’ PETER VERHELST

Bijlage 5. Originele flaptekst van *Verloren* van Min Kym, met evaluatieve adjectieven

Schitterende literaire memoires van een muzikaal wonderkind

Min Kym is een wonderkind. Ze heeft absoluut gehoor, speelt al vanaf haar zesde viool en wordt op haar zevende – als jongste student ooit – toegelaten op de prestigieuze Purcell School of Music. Op haar elfde wint ze haar eerste internationale prijs en op haar dertiende maakt ze haar debuut bij de Berliner Symphoniker. De wereld van roem en succes lonkt.

Op haar 21e vindt Min haar viool: dat ene instrument waarmee ze onlosmakelijk is verbonden, waarmee ze een haast persoonlijke band heeft. Het is een zeldzame Stradivarius uit 1696. Haar carrière neemt een vlucht: ze neemt een cd op en staat op het punt op wereldtournee te gaan. Dan, op een noodlottig moment in een treinstation, wordt haar viool gestolen. En daarmee ook Mins leven. Zonder haar viool verliest Min een deel van haar identiteit en raakt ze in een isolement. *Verloren* is het **onwaarschijnlijke** verhaal van een getalenteerd musicus en de welhaast menselijke band die zij heeft met haar instrument. En bovenal is het een verhaal van een diepe liefde voor muziek.

‘Ik verloor ieder besef van tijd toen ik dit **meeslepende** verhaal las over liefde, verlies en vooral: toewijding aan de kunst.’ – Susan Cain, auteur van *Stil*

‘Een **prachtig getoonzet** persoonlijk verhaal waarin vele registers klinken: **indringend, lyrisch** en **ronduit betoverend**.’ THE BOOKSELLER

Min Kym werd geboren in Zuid-Korea maar groeide op in het Verenigd Koninkrijk. Op haar zesde begon ze met vioolspelen. **Legendarisch** dirigent George Solti zei over haar dat ze ‘een **buitengewoon** groot talent, volwassen muzikaliteit en beheersing van de viool’ had.

Bijlage 6. Gemanipuleerde flaptekst van *Verloren* van Min Kym, zonder evaluatieve adjectieven

Literaire memoires van een muzikaal wonderkind

Min Kym is een wonderkind. Ze heeft absoluut gehoor, speelt al vanaf haar zesde viool en wordt op haar zevende – als jongste student ooit – toegelaten op de prestigieuze Purcell School of Music. Op haar elfde wint ze haar eerste internationale prijs en op haar dertiende maakt ze haar debuut bij de Berliner Symphoniker. De wereld van roem en succes lonkt.

Op haar 21e vindt Min haar viool: dat ene instrument waarmee ze onlosmakelijk is verbonden, waarmee ze een haast persoonlijke band heeft. Het is een zeldzame Stradivarius uit 1696. Haar carrière neemt een vlucht: ze neemt een cd op en staat op het punt op wereldtournee te gaan. Dan, op een noodlottig moment in een treinstation, wordt haar viool gestolen. En daarmee ook Mins leven. Zonder haar viool verliest Min een deel van haar identiteit en raakt ze in een isolement. *Verloren* is het verhaal van een getalenteerd musicus en de welhaast menselijke band die zij heeft met haar instrument. En bovenal is het een verhaal van een diepe liefde voor muziek.

‘Ik verloor ieder besef van tijd toen ik dit verhaal las over liefde, verlies en vooral: toewijding aan de kunst.’ – Susan Cain, auteur van *Stil*

‘Een persoonlijk verhaal waarin vele registers klinken.’ THE BOOKSELLER

Min Kym werd geboren in Zuid-Korea maar groeide op in het Verenigd Koninkrijk. Op haar zesde begon ze met vioolspelen. Dirigent George Solti zei over haar dat ze ‘een groot talent, volwassen muzikaliteit en beheersing van de viool’ had.

Bijlage 7. Originele flaptekst van *Hemel en hel* van Jón Kalman Stefánsson, met evaluatieve adjectieven

Over vriendschap, vijandschap, armoede, rijkdom, het leven, de dood, de hemel en de hel. **Een van de belangrijkste** IJslandse romans van de laatste decennia.

Op een dag gaan twee vrienden, Bardur en 'de jongen' de zee op om te vissen. Ze worden overvallen door een storm en Bardur raakt onderkoeld. De jongen probeert zijn vriend te redden, maar moet uiteindelijk machteloos toezien hoe hij sterft.

Een boek heeft indirect tot de dood van Bardur geleid: Bardur was zo onder de indruk van *Het verloren paradijs* van John Milton dat hij vlak voor het vertrek even naar zijn hut was teruggelopen om een paar **mooie** regels te lezen. Die wilde hij in de boot aan zijn vriend citeren, maar daardoor vergat hij zijn warme jas mee te nemen. Na de dood van Bardur gaat de jongen op reis om het boek terug te brengen naar de man die het uitleende.

Hemel en hel vertelt het **meeslepende** verhaal van iemand die zich na de dood van een vriend geen raad meer weet. Stefánsson maakt indruk door zijn beeldende en poëtische beschrijvingen. *Hemel en hel* is een **prachtige** en **aangrijpende** roman, met filosofische weerspiegelingen over het leven en het geweld van de natuur. Een **ogenschijnlijk simpel** verhaal met een **grandioze** uitwerking.

Stefánsson heeft een complete wereld geschapen met de kracht van woorden en met de oneindige gratie van de vertelkunst. Een roman over de liefde voor en het belang van lezen.

Bijlage 8. Gemanipuleerde flaptekst van *Hemel en hel* van Jón Kalman Stefánsson, zonder evaluatieve adjectieven

Over vriendschap, vijandschap, armoede, rijkdom, het leven, de dood, de hemel en de hel.

Op een dag gaan twee vrienden, Bardur en 'de jongen' de zee op om te vissen. Ze worden overvallen door een storm en Bardur raakt onderkoeld. De jongen probeert zijn vriend te redden, maar moet uiteindelijk machteloos toezien hoe hij sterft.

Een boek heeft indirect tot de dood van Bardur geleid: Bardur was zo onder de indruk van *Het verloren paradijs* van John Milton dat hij vlak voor het vertrek even naar zijn hut was teruggelopen om een paar regels te lezen. Die wilde hij in de boot aan zijn vriend citeren, maar daardoor vergat hij zijn warme jas mee te nemen. Na de dood van Bardur gaat de jongen op reis om het boek terug te brengen naar de man die het uitleende.

Hemel en hel vertelt het verhaal van iemand die zich na de dood van een vriend geen raad meer weet. Stefánsson maakt indruk door zijn beeldende en poëtische beschrijvingen. *Hemel en hel* is een roman met filosofische weerspiegelingen over het leven en het geweld van de natuur.

Stefánsson heeft een complete wereld geschapen met de kracht van woorden en met de oneindige gratie van de vertelkunst. Een roman over de liefde voor en het belang van lezen.

Bijlage 9. Enquête

Instructie

Beste lezer,

Allereerst bedankt dat u deze enquête wil invullen. Zo ben ik weer een stapje dichter bij het afronden van mijn bachelor! De enquête begint met een aantal vragen over uzelf. Vervolgens zal ik u twee flapteksten voorleggen waar u enkele vragen over beantwoordt. 'Flapteksten' zijn de teksten die op de achterkant van een boek staan.

De enquête zal ongeveer 10 minuten duren.

Hartelijke groet,

Christianne Scholtens

Vragenlijst

Persoonlijke kenmerken

1. Wat is uw leeftijd?
2. Wat is uw opleidingsniveau?
    - Basisschool
    - VMBO
    - MAVO
    - HAVO
    - VWO/Gymnasium
    - MBO
    - HBO
    - WO

3. Leest u graag boeken?
    - Ja, ik lees graag boeken.
    - Zo nu en dan.
    - Nee, ik hou niet van boeken lezen.

4. Hoeveel uur besteedt u per week aan lezen?
    - Geen

- Minder dan 1 uur
- 1-3 uur
- 3-6 uur
- Meer dan 6 uur

5. Hoeveel boeken leest u ongeveer per jaar?
   - Geen
   - 0-10 boeken
   - 10-20 boeken
   - 20-30 boeken
   - Meer dan 30 boeken

6. Koopt u weleens boeken voor anderen?
   - Ja, met regelmaat
   - Ja, soms
   - Nee, nooit

7. Welke van deze boeken heeft u gelezen?
   - 'Judas' van Astrid Holleeder
   - 'Vele hemels boven de zevende' van Griet Op de Beeck
   - 'Verloren' van Min Kym
   - 'Hemel en hel' van Jón Kalman Stefánsson
   - Geen van deze boeken

Oordeel over de aantrekkelijkheid van de tekst

8. Deze tekst spreekt me aan

   Eens ○ ○ ○ ○ ○ Oneens

9. Ik vind de tekst prettig leesbaar

   Eens ○ ○ ○ ○ ○ Oneens

Oordeel over de overtuigingskracht van de tekst

10. De tekst maakt me enthousiast voor dit boek

    Eens ○ ○ ○ ○ ○ Oneens

11. De tekst maakt me nieuwsgierig naar dit boek

Eens ○ ○ ○ ○ ○ Oneens

Houding ten opzichte van het boek

12. Dit lijkt me een interessant boek

Eens ○ ○ ○ ○ ○ Oneens

13. Dit lijkt me een mooi boek

Eens ○ ○ ○ ○ ○ Oneens

De intentie om het boek te lezen of kopen

14. Ik overweeg om dit boek te lezen

Eens ○ ○ ○ ○ ○ Oneens

15. Ik zou dit boek kopen voor mijzelf of iemand die ik ken

Eens ○ ○ ○ ○ ○ Oneens