



Universiteit Utrecht

Hoe overtuigend is het Etnisch Nederlands?

Een onderzoek naar de overtuigingskracht van het Etnisch Nederlands.

Daan Schuiveling

Student taalwetenschap, Universiteit Utrecht, studentnummer: 5542391

Bachelor scriptie

1^{ste} begeleider: dr. Margot van den Berg

2^{de} begeleider: prof. dr. Hans Hoeken

Datum: 29 juni 2017

Aantal woorden: 12007

Samenvatting

In grote Europese steden waar verschillende etnische groepen samenkomen, ontstaan multi-etnolecten. Het Etnisch Nederlands is een voorbeeld van een multi-etnolect. De sprekers van het Etnisch Nederlands willen volgens Cornips (2002) door het gebruik van de desbetreffende talige kenmerken herkend worden als etnische groep. Die etnische groep is niet gebaseerd op een enkele etniciteit, maar op het collectief van verschillende etniciteiten. Uit de sociale identiteitstheorie blijkt dat een uit-groep, in dit geval de “etnische groep”, gepaard gaat met negatieve attitudes, stereotypen en vooroordelen. Het gebruik van het Etnisch Nederlands heeft invloed op hoe de sprekers gepercipieerd worden door de in-groep. Deze perceptie kan beïnvloed worden door stereotypen, vooroordelen en attitudes, die invloed kunnen hebben op de doelattitudes, en uiteindelijk op gedrag. De hoofdvraag van het onderzoek luidt dan ook: in welke mate beïnvloedt het gebruik van Etnisch Nederlands de overtuigingskracht van een advertentie?

Om dit te onderzoeken zijn er twee advertenties opgesteld op marktplaats.nl. Beide advertenties betreffen het zoeken van een woonruimte. Eén advertentie heeft de taalkenmerken van het Standaardnederlands en één advertentie de taalkenmerken van Etnisch Nederlands. De eerste stap die proefpersoon moet uitvoeren is de taalkenmerken herkennen en koppelen aan een etniciteit. Over deze etniciteit, de uit-groep, bestaan stereotypering, attitudes en vooroordelen die de doelattitudes tegenover de schrijver van de variëteit beïnvloeden. De doelattitudes hebben invloed op overtuigingen die mensen hebben. Deze overtuigingen beïnvloeden de gedragsattitude. Als deze gedragsattitude negatief is, dan is de overtuigingskracht laag.

Uit de resultaten blijkt dat de proefpersoon de etniciteit van de schrijver van de advertentie met Etnisch Nederlands als meer Marokkaans, Turks, Surinaams en Antilliaans identificeert dan de schrijver van de advertentie met Standaardnederlands. De schrijver van de advertentie met Etnisch Nederlands ontving lagere doel- en gedragsattitudes wat resulteerde in een lagere overtuigingskracht.

Het blijkt dat het gebruik van Etnisch Nederlands van invloed is op de overtuigingskracht. Deze resultaten brengen een bepaalde problematiek met zich mee. Volgens Cornips (2002) gebruiken de sprekers van het Etnisch Nederlands deze variëteit om herkend te worden als “etnische groep”. Wat de sprekers wellicht niet realiseren is dat wanneer zij die variëteit gebruiken, zij benadeeld zijn in overtuigingskracht en lagere attitudes ontvangen.

Inhoud

1. Inleiding	5
2. Theoretisch kader	7
2.1. Multi-etnolecten.....	7
2.1.1. Etnolect	7
2.1.2. Multi-etnolect.....	8
2.1.3. Groepsvorming	9
2.2. Attitudes.....	10
2.2.1 Taalattitudes	11
2.2.2. Stereotypering	12
2.2.3. Conflicterende groepen	12
2.2.4. Overtuigen.....	13
2.3. Handvaten voor het schrijven van een persuasieve tekst	16
2.3.1. Verhogen van motivatie	16
2.3.2. Verhogen van capaciteit.....	16
2.4. Enkele taalkenmerken van het Etnisch Nederlands.....	17
2.4.1. Het gebruik van de	17
2.4.2. Het gebruik van het aanwijzend/betrekkelijk voornaamwoord die.	19
2.4.3. Het attributief gebruik van adjectieven.....	19
2.4.4. Omissie van het	20
3. Probleemstelling.....	21
3.1. Onderzoeksvragen	21
3.2. Toelichting onderzoeksvragen.....	22
3.3. Hypotheses.....	23
4. Methode.....	24
4.1. Materiaal	24
4.2. Manier van afname	25

4.3. Instructie	25
4.4. Proefpersonen	25
4.5. Ontwerp onderzoek.....	26
4.6. Variabelen.....	26
5. Resultaten	29
5.1. Identificeert de proefpersoon de etniciteit van de schrijver?.....	29
5.2. Wat zijn de doelattitudes over de advertenties met Etnisch Nederlands en Standaardnederlands?	32
5.3. Wat zijn de gedragsattitudes over de advertenties met Etnisch Nederlands en Standaardnederlands?	33
5.3. Hoe hoog is de overtuigingskracht van de advertenties met Etnisch Nederlands en Standaardnederlands?	34
5.4. Wordt overtuigingskracht inderdaad beïnvloed door attitude?	34
6. Discussie.....	37
7. Conclusie	39
Bibliografie.....	42
Bijlagen	46
Bijlage 1: Marktplaats	46
Bijlage 2: Moroccorp.....	48
Bijlage 3: Advertentie woonruimte gezocht Marktplaats.....	49
Bijlage 4: Advertenties met manipulaties.....	50
Bijlage 5: Vragenlijst.....	52

1. Inleiding

In grote Europese steden waar verschillende etnische groepen samenkomen, ontstaan multi-etnolecten. Een multi-etnolect heeft een dominante taal als basis, waar elementen van andere talen aan zijn toegevoegd. De sprekers van deze variëteit kunnen verschillende etniciteiten hebben. Het Etnisch Nederlands is een voorbeeld van een multi-etnolect. Deze variëteit wordt gesproken door meerdere etnische groepen en wordt beïnvloed door verschillende talen.

Volgens Cornips (2002) gebruiken sprekers van het Etnisch Nederlands deze variëteit om een groepsidentiteit uit te dragen. Daarnaast willen ze volgens de auteur als etnisch herkend worden door andere leden van de taalgemeenschap. Het doel van deze thesis is te onderzoeken of het gebruik van Etnisch Nederlands van invloed is op attitude en overtuigingskracht.

Hedendaagse onderzoeken richten zich vaak enkel op attitudes van een accent van een niet-standaard variëteit (bijvoorbeeld: Grondelaers, van Gent & van Hout, 2015). Geschreven communicatie komt echter steeds vaker voor in de digitale maatschappij. Deze thesis voegt daarom twee dingen toe aan het hedendaagse onderzoeksveld. Ten eerste wordt er verkend of attitudes ook over de schrijvers van teksten (de advertenties) gemeten kunnen worden. Daarnaast verkent deze thesis of overtuigingskracht samenhangt met het gebruik van een niet-standaard variëteit.

Om te onderzoeken of het gebruik van Etnisch Nederlands invloed kan hebben op attitude en overtuigingskracht, zijn er twee advertenties opgesteld op marktplaats.nl, waar men een advertentie kan plaatsen over het zoeken van een woonruimte. De proefpersoon (de Utrechtse student) beoordeelt op basis van beide advertenties aan welke van de twee woningzoekenden hij liever zijn woning verhuurt. Eén advertentie heeft de talige eigenschappen van het Standaardnederlands, en één advertentie heeft de talige eigenschappen van het Etnisch Nederlands. Over de sociale groeperingen die het Etnisch Nederlands spreken bestaan mogelijk stereotyperingen, vooroordelen en attitudes, die de doelattitudes tegenover de schrijver van de variëteit beïnvloeden. Uit het model van Fishbein en Yzer (2003, p. 167 in Hoeken, Hornikx en Hustinx, 2012) blijkt dat deze doelattitudes indirect van invloed zijn op de gedragsattitude. De gedragsattitude is direct van invloed op de overtuigingskracht.

De twee advertenties worden beoordeeld op overtuigingskracht, doel- en gedragsattitudes en daarnaast moet de proefpersoon de variëteit identificeren. De doelattitude is een evaluatieve samenvatting van een object, een gedragsattitude is een evaluatieve samenvatting van gedrag. Overtuigingskracht wordt gemeten door middel van de intentie van

de lezer om bepaald gedrag te vertonen. Deze scriptie tracht aan te tonen dat er verband is tussen het gebruik van een niet-standaard variëteit en overtuigingskracht. De hoofdvraag van het onderzoek luidt dan ook: *in welke mate beïnvloedt het gebruik van Etnisch Nederlands de overtuigingskracht van een advertentie?*

2. Theoretisch kader

In dit hoofdstuk wordt er besproken wat een multi-etnolect is en welke sprekers die variëteit gebruiken. Tevens worden de beweegredenen voor het gebruik van het Etnisch Nederlands¹ beschreven. In het tweede gedeelte verschuift het perspectief naar degenen die in contact komen met sprekers van de variëteit. Hier wordt ten eerste besproken wat doel- en gedragsattitudes zijn. Daarna wordt er uitgelegd hoe een niet-standaard variëteit invloed heeft op taalattitudes. Tevens wordt het stereotyperingsproces uitgelegd. Ten slotte wordt er besproken wat voor uitwerking (taal)attitudes, stereotyperingen en vooroordelen hebben op het overtuigingsproces. In het derde gedeelte komen diverse kenmerken van een persuasieve tekst aan bod. Tot slot worden de talige kenmerken van het Etnisch Nederlands beschreven.

2.1. Multi-etnolecten

2.1.1. Etnolect

Nieuwe varianten van de dominante taal ontwikkelen zich onder jonge mensen die onderdeel zijn van etnische minderheden. Deze varianten zijn etnolecten. Clyne (2000, p. 86) heeft de volgende definitie over etnolecten: “varieties of a language that mark speakers as members of ethnic groups who originally used another language or distinctive variety”. De sprekers van etnolecten kunnen wel de standaard variëteit spreken, alleen doen zij dat niet altijd. Dit is niet het gevolg van onvolledige taalverwerving zoals sommigen denken. In de Verenigde Staten kunnen bijvoorbeeld etnische Italiaanse groepen ook de standaard variëteit spreken (Hinskens, 2011).

Een voorbeeld van een uiting van Italiaanse Amerikanen die Engels spreken staat in 1) (Appel & Muysken, 1987). Deze sprekers gebruiken vaak geen onderwerp, zoals te zien is in 1) (a). Sprekers van standaard Amerikaans Engels gebruiken de uiting zoals in 1) (b).

1) (a) Go to a movie

‘Ga naar een film’

(b) I’m going to see a movie

‘Ik ga naar een film’

De etnolecten van het Nederlands zijn onder andere het Joods Nederlands, Surinaams Nederlands, Turks Nederlands en Marokkaans Nederlands (Geval, 2011). Geval (2011) stelt dat het Turks Nederlands en het Marokkaans Nederlands niet te onderscheiden zijn voor

¹ Het Etnisch Nederlands zoals beschreven in Cornips (2002)

Nederlanders die niet getraind zijn in taalkunde. Deze sprekers vinden beide variëteiten “buitenlands” klinken. Mede hierdoor stellen Dorleijn en Nortier (2005) dat er een samensmelting is van die twee verschillende variëteiten.

De definitie van Clyne (2000) brengt culturele implicaties met zich mee. Jasper (2008) stelt in zijn artikel dat het benoemen van taalkundige kenmerken als ‘etnolectisch’, ideologische gevolgen heeft. Volgens de auteur zijn sociolinguïsten zich hier niet genoeg van bewust. Het koppelen van taalkundige eigenschappen aan een etniciteit creëert volgens de auteur een onverantwoord homogeniserend, essentialistisch beeld van de spreker van het etnolect. Tevens lijkt het alsof de etniciteit de oorzaak is van het ‘lect’.

Daarnaast is het gebruik van de term etniciteit problematisch. Harchaoui, van Diepen en Janssens (2012) stellen “Preciezer geformuleerd betreft etniciteit het onderscheiden en afbakenen van groepen op basis van aan hen toegeschreven gemeenschappelijke kenmerken die andere groepen niet of in veel mindere mate hebben.” (gebaseerd op Barth, 1969). Etniciteit richt zich op tot welke groep iemand behoort en wat voor connotaties die groep met zich meedraagt. Daarnaast kan er met het begrip etniciteit een beeld van ‘de ander’ gecreëerd worden. Volgens Barth (1969) is het gevolg hiervan, dat wanneer een etnische groep geconstrueerd is, deze voor de buitenwereld statisch is.

Om deze redenen moet er verder gekeken worden dan één etniciteit en de redenen van ontstaan van de variëteit. De volgende paragrafen gaan daar verder op in.

2.1.2. Multi-etnolect

Er wordt in deze paragraaf beschreven dat het Etnisch Nederlands, zoals beschreven in Cornips (2002) een multi-etnolect is. Deze soort variëteit heeft volgens Nortier en Dorleijn (2013) drie karakteristieken: (1) de variëteit wordt gesproken door sprekers van meer dan twee verschillende etnische talige achtergronden, (2) de variëteit bevat eigenschappen van meer dan één taal en (3) de variëteit heeft één basistaal, veelal de dominante taal van de taalgemeenschap waar het multi-etnolect in gebruik is. Een voorbeeld van een uiting van een multi-etnolect staat in 2) (vertaald naar Dorleijn & Nortier, 2008).

2) wreed *olmazmi* **ah sahabi**?

Zou dat niet geweldig zijn, mijn vriend?

Het gebruik van drie verschillende talen in 1) (Nederlands, *Turks Nederlands* en **Marokkaans Nederlands**) impliceert niet dat de spreker de etniciteit van één van die drie talen heeft (Nortier & Dorleijn, 2013). De spreker kan net zo goed een andere etniciteit hebben.

Het Etnisch Nederlands is een multi-etnolect. Cornips (2002) heeft een tijd jongeren uit de Utrechtse wijk Lombok gevolgd. Deze jongeren hebben een Surinaamse, Marokkaanse of Turkse etniciteit. Naast Etnisch Nederlands spreken zij ook vloeiend Nederlands en Marokkaans Arabisch, Berber of Turks. Cornips (2002) benoemt de talige kenmerken die de sprekers vertonen als Etnisch Nederlands. De sprekers van het Etnisch Nederlands behoren tot verschillende etniciteiten, dit toont aan dat de etniciteit niet de oorzaak is van de variëteit.

Ondanks dat deze jongeren het Nederlands goed beheersen, gebruiken ze elementen uit talen van etnische groeperingen om hun eigen taalgebruik te kleuren. Deze elementen hoeven niet perse uit hun L1 te komen, maar kunnen ook afkomstig zijn uit talen van andere etnische groeperingen. Tevens doen ook jongeren met een Nederlandse herkomst hieraan mee (Nortier & Dorleijn, 2008). Deze variëteiten kunnen niet beschouwd worden als variëteiten die ontstaan omdat sprekers het Nederlands onvoldoende machtig zijn, maar als variëteit waar bewust kenmerken van andere talen worden toegevoegd. Op die manier dragen de sprekers een groepsidentiteit uit, wat verder besproken wordt in paragraaf 2.1.3 (Swanenberg & Meulepas, 2011).

2.1.3. Groepsvorming

Door migratie naar steden komen verschillende taalachtergronden samen. Hierdoor kan er een multi-etnolect ontstaan. Volgens Nortier en Dorleijn (2013) is dit niet verrassend: het gebruik van multi-etnolecten draagt bij aan het construeren en presenteren van een sociale identiteit. De noodzaak van het creëren van een identiteit is het gevolg van het leven in een multi-etnische buurt. Jongeren die leven in deze buurten kunnen allerlei talige en culturele kenmerken tot zich nemen, zonder invloed van dominante cultuur en vaste sociale posities. Hierdoor kunnen zij volgens de auteurs hun eigen identiteit “ontwerpen”.

Naast migratie en verstedelijking kunnen politieke ontwikkelingen ook ten grondslag liggen aan het ontstaan van multi-etnolecten. Volgens Nortier en Dorleijn (2008) was er tussen 1998 en 2002 nog geen multi-etnolect in Utrecht. Echter, na een paar jaar was er een multi-etnolect genaamd *Moroccan Flavoured Dutch* (MFD) ontstaan (Dorleijn en Nortier, 2006; Nortier en Dorleijn, 2008). Deze variëteit wordt gesproken door alle etnische groepen, waaronder Marokkaanse Nederlanders maar ook Turkse Nederlanders, Surinaamse Nederlanders, witte Nederlanders en andere etnische groepen. Marokkaanse talige elementen, vooral op het gebied van uitspraak, werden toegevoegd aan het Nederlands. Een voorbeeld hiervan is de uitspraak van /x/ scherper maken. Eén van de redenen van ontstaan van MFD was volgens respondenten die deelnamen aan het onderzoek dat de anti-moslim attitude van

de Nederlandse bevolking, wat beïnvloed werd door de aanslag van 9/11 en de moord van Pim Fortuyn, heeft bijgedragen aan het samenkomen van diverse etnische achtergronden. Als gevolg creëert een groep van diverse etnische achtergronden een “migratie identiteit”, in plaats van een identiteit per etnische groep (Nortier & Dorleijn, 2013).

Cornips (2002, p. 5, gebaseerd op Horvath, 1985) stelt dat “... de vriendengroep kan deze taalkenmerken ook (onbewust) inzetten om voor zichzelf een specifieke sociale identiteit te markeren in een dynamische multiculturele setting veroorzaakt door migratie en minderheidsvorming.” Het gebruik van de kenmerken van Etnisch Nederlands construeert een identiteit, die gebaseerd is op groepsvorming in een minderheidsdiscourse, en niet perse op religie. De sprekers van het Etnisch Nederlands versterken met het gebruik van deze variëteit hun groepsidentiteit. Tevens stelt Cornips (2002, p. 5) “Zij willen aan hun eigen gebruik van talige elementen als etnische groep herkend worden en zij kunnen daaraan ook herkend worden door andere sprekers van het Nederlands.” Als zij herkend worden als een etnische groep dan onderscheiden zij zich van de dominante meerderheidsgroep.

Een duidelijk herkenbare groepsidentiteit kan positief zijn. Een voorbeeld hiervan is dat Afrikaans Amerikaanse jongeren het beter doen op school als zij een positieve identificatie hebben met hun etnische groep (Chavous, Bernat, Schmeelk-Cone, Caldwell, Kohn-Wood, & Zimmerman, 2003) en die een sterke identificatie hebben met hun etnische groep (Altschul, Oyserman & Bybee, 2006). Een duidelijk herkenbare groepsidentiteit kan ook negatieve gevolgen hebben zoals discriminatie. Verkuyten en Thijs (2002) stellen dat kinderen die behoren tot een etnische groep meer slachtoffer zijn van sociale uitsluiting en uitschelden dan Nederlandse kinderen. Vooral Turkse kinderen ervaren meer racisme dan Surinaamse en Marokkaanse kinderen.

2.2. Attitudes

Het Etnisch Nederlands is een multi-etnolect wat wordt gebruikt door sprekers met verschillende etniciteiten. Eén van de redenen van ontstaan van een etnolect is het creëren van een identiteit, die is gebaseerd op groepsvorming. Zoals blijkt uit de vorige paragraaf kan dat voor- en nadelen met zich meebrengen. Het gebruik van het Etnisch Nederlands kan eventueel problemen met zich meebrengen in attitude en overtuigingskracht. Om dit te kunnen onderzoeken worden in dit hoofdstuk verschillende theorieën over attitudes en overtuigingskracht belicht.

Volgens Hoeken et al. (2012) is een attitude een door het brein geconstrueerde evaluatieve houding tegenover een attitudeobject. Het object kan corresponderen met elk

denkbaar concept. We vormen volgens de auteurs attitudes ten opzichte van diverse objecten; abstracte concepten (liefde), concrete concepten (nieuwe schoenen), personen (de straatverkoper), groepen (gelovigen), producten en merken (telefoon en iPhone), beleid (fietsverbod), evenementen (North Sea Jazz) of gedrag (dubbel parkeren). Er wordt door de auteurs onderscheid gemaakt tussen twee soorten attitudes: doelattitudes en gedragsattitudes. De doelattitude is een evaluatieve samenvatting van een object, een gedragsattitude is een evaluatieve samenvatting van gedrag.

2.2.1 Taalattitudes

Taalgebruik roept ook attitudes op. Als men een gesprek voert, dan vormt diegene attitudes over zijn gesprekspartner gebaseerd op de manier hoe iemand praat (Chambers, 2003). Men trekt conclusies over zijn gesprekspartner uit de manier waarop diegene spreekt. Onze attitudes tegenover verschillende variëteiten van een taal beïnvloeden de manier waarop de mens de spreker van de variëteit waarneemt (Meyerhoff, 2011). Vrouwen spreker vaker de standaard-variëteit dan mannen. Daarnaast hebben zij ook sterkere attitudes tegenover de niet-standaard variëteit dan mannen (Meyerhoff, 2011).

Volgens Grondelaers, et al. (2015) ontvangen standaardtaalsprekers meer prestige in termen van opleidingsniveau, competentie en inkomen, dan niet-standaardtaalsprekers. De auteurs onderzochten de attitudes tegenover *Moroccan Flavoured Dutch* (MFD). Als eerst werd er een pretest uitgevoerd omtrent de identificatie van het MFD. De proefpersonen van de pretest waren in staat om in de meeste gevallen de sprekers met een Turkse of Marokkaanse herkomst in te delen als "buitenlands". Echter vonden de proefpersonen het moeilijk om te onderscheiden tussen Marokkaanse en Turkse herkomst. Marokkaans Nederlandse sprekers werden vaker geassocieerd als Marokkaans (53.7%) dan Turks (43.5%), en Turkse Nederlanders werden geassocieerd Turks (42.1%) of Marokkaans (41.5%). Dit toont aan dat het lastig is voor de proefpersoon om een specifieke etniciteit te verbinden aan talige kenmerken. Men is niet helemaal in staat om sprekers van een variëteit in te delen in één bepaalde groep, maar wel in een 'buitenlandse' groep. Waarschijnlijk komt dat omdat meerdere sociale groepen MFD spreken, waardoor er niet één vaste etniciteit gekoppeld kan worden aan het accent. De sprekers van MFD ontvingen lagere scores op de dimensie status. Ondanks dat men de sprekers niet kan indelen in een bepaalde sociale groep kan de proefpersoon wel attitudes vormen over de spreker. Deze attitudes zijn dan waarschijnlijk gebaseerd op niet-standaard taalgebruik omdat de proefpersoon niet in staat was de spreker in te delen in één bepaalde sociale groep. Eén andere mogelijke verklaring is dat de

proefpersoon de sprekers van MFD indeelt in één grote etnische groep. In deze thesis worden de attitudes gemeten tegenover een lid van een groep die Etnisch Nederlands spreekt. Sommige talige kenmerken komen overeen met MFD; zoals het gebruik van het zijdige lidwoord *de* in plaats van het onzijdige werkwoord *het*. Mocht de proefpersoon in deze thesis de talige kenmerken niet kunnen koppelen aan een etniciteit, dan kan diegene alsnog attitudes vormen tegenover niet-standaard taalgebruik of tegenover een grote etnische groep.

2.2.2. Stereotypering

Edwards (1999) stelt dat het luisteren naar een bepaalde variëteit taalattitudes, vooroordelen, of stereotypen kan activeren. Volgens de auteur worden individuen gepercipieerd in termen van stereotype groepen. De attitudes die mensen hebben tegenover sprekers van een variëteit, kunnen dus veroorzaakt worden door hun opvatting over de etnische herkomst van de spreker. Volgens (Brehm, Kassin & Fein, 2005) zijn stereotypen opvattingen over groepen mensen, die ontstaan zijn doordat meerdere mensen van die groep een bepaalde eigenschap hebben. Twee factoren zijn van invloed op het stereotyperingsproces. Ten eerste de intenties die iemand heeft om andere te beoordelen: motiverende factoren. Men kan bijvoorbeeld groepen stereotyperen zodat hun eigen groep meer superieur is dan de andere groep. Ten tweede alle sociaal culturele invloeden waarmee iemand zijn referentiekader vormt: sociaal culturele factoren. (Brehm et al., 2005). Sociale culturele factoren zijn bijvoorbeeld: media, vrienden, opvoeding, religie, enzovoort. Men heeft volgens Mos (2010) de neiging om andere mensen (onbewust) in sociale categorieën te plaatsen. Aan deze categorieën zijn vooroordelen, attitudes en stereotypen verbonden. Een reden waarom vooroordelen, attitudes en stereotypering kunnen ontstaan tegenover etnische groepen kan worden verklaard aan de hand van de sociale identiteitstheorie waar de volgende paragraaf dieper op ingaat.

2.2.3. Conflicterende groepen

Het aantal migranten neemt de laatste tientallen jaren toe in Europa (Hooghe, Trappers, Meuleman & Reeskens, 2008 in Meuleman, Davidov & Billiet, 2009). In Nederland wonen er 13.227.000 (77.9%) mensen met een Nederlandse herkomst. Daarnaast wonen er 1.656.000 (9.8%) inwoners met een westerse achtergrond die niet Nederlands is. Tot slot wonen er 2.097.000 (12.3%) inwoners met een niet-westerse achtergrond (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2016b).

Als er groepen met verschillende achtergronden naast elkaar wonen in een land kunnen er spanningen ontstaan tussen deze groepen. De attitude van de al aanwezigen (in-groep) wordt beïnvloed door de verschillen tussen de al-aanwezigen en migranten (uit-groep)

(Coenders, Lubbers, Scheepers, & Verkuyten, 2008). Er worden twee verklaringen gegeven voor vijandigheid van de al aanwezigen tegen migranten: zorgen over materiele en economische middelen en conflicterende identiteiten en waarden. *Realistic group conflict theories* (Blalock, 1967; Sherif & Sherif, 1969 in Coenders et al., 2008) en de *Social identity theory* (Tajfel & Turner, 1979 in Coenders et al., 2008) verklaren respectievelijk de redenen voor vijandigheid tegenover migranten.

Op het moment dat een uit-groep en een in-groep moeten concurreren over schaarse middelen, neemt de in-groep zichzelf in bescherming en heeft de drang om discriminerend te zijn naar de out-groep (Coenders et al., 2008). Naast schaarse middelen richten de theorieën zich ook op een culturele bedreiging. Dit ontstaat wanneer er een verschil is tussen normen en waarden tussen de in- en uit-groep. In Nederland wonen er veel soorten groepen met verschillende normen en waarden. De identiteit van deze groepen verschilt met de identiteit van de al aanwezigen.

De oorzaak van vooroordelen en negatieve (taal) attitudes tegenover etnische minderheden wordt volgens de sociale identiteitstheorie veroorzaakt door het vormen van een 'in-groep'. De eigen groep moet boven andere etnische groepen uitsteken. Op die manier kan er een positieve sociale identiteit worden bereikt. Dit staat ook wel bekend als 'in-groep favoritisme' (Brehm et al., 2005). Het gevolg hiervan is, is dat de 'in-groep' positievere attitudes draagt dan de 'uit-groep'. De volgende paragraaf gaat dieper in over de invloed van stereotypen, vooroordelen en attitudes op overtuigingskracht.

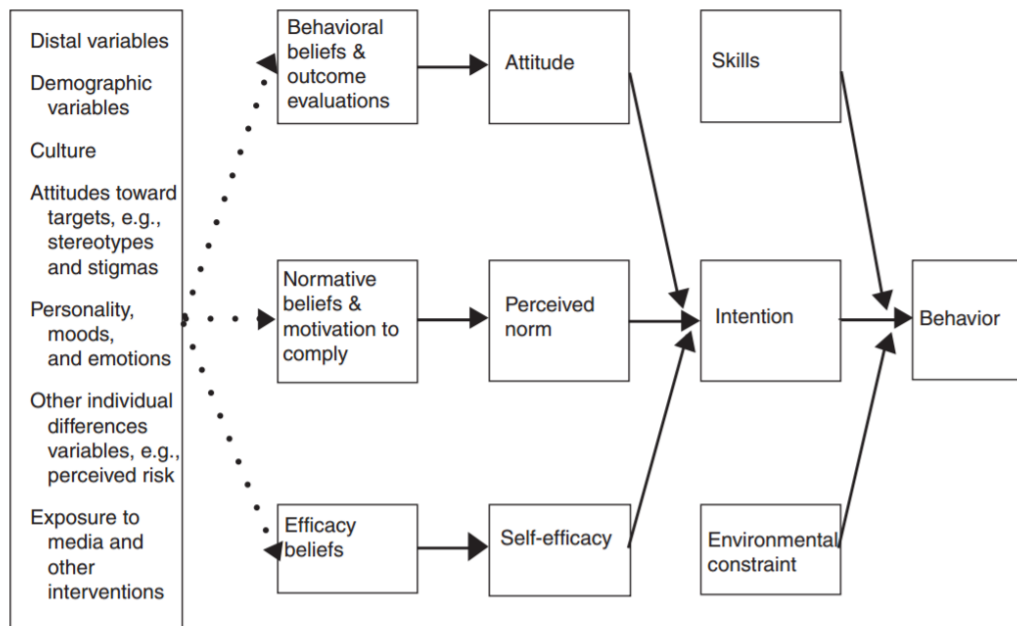
2.2.4. Overtuigen

Om te onderzoeken wat de invloed is van stereotypen, attitudes en vooroordelen op overtuigingskracht wordt er eerst besproken hoe een lezer overtuigd kan worden. De tekst in deze paragraaf is gebaseerd op Hoeken et al. (2012, p. 35-57).

Een persoon gebruikt beredeneerd gedrag om overtuigd te worden. Hierbij maakt diegene een afweging van voor- en nadelen. Als iemand bijvoorbeeld een tv wilt kopen, dan is een mogelijk voordeel dat diegene films kan kijken. Een mogelijk nadeel is dat de tv duur is. Daarom besluit diegene de tv niet te kopen. Om beredeneerd gedrag te verwezenlijken moet er eerst intentie zijn om dat gedrag uit te voeren. Intentie wordt volgens het *Integrative model of behavioral prediction* van Fishbein en Yzer (2003, p. 167 in Hoeken et al., 2012) beïnvloed door drie determinanten: *attitude*, *waargenomen norm* en *eigeneffectiviteitsperceptie*. In figuur 1 is het model schematisch weergegeven. Dit model wordt gebruikt in deze thesis omdat

het verschillende kanten van het overtuigingsproces belicht, zoals blijkt uit de volgende paragrafen.

Figuur 1: integrative model of behavioral prediction (Fishbein & Yzer, 2003, p. 167)



In de linker kolom staan de indirecte variabelen. Deze variabelen hebben geen directe invloed op de intentie of gedrag, maar wel invloed op de overtuigingen. Eén van die variabelen zijn doelattitudes. Deze doelattitudes kunnen gebaseerd zijn op stereotypen, vooroordelen en stigma's. Door middel van invloed van sociaal culturele factoren zoals; persoonlijkheid, demografische variabelen, opvoeding en media, kunnen stereotypen ontstaan. Om te onderzoeken wat voor invloed deze stereotypen, attitudes en vooroordelen van de groep heeft op het individu, worden in deze thesis de doelattitudes tegenover de twee zogenaamde schrijvers van de variëteiten gemeten.

De indirecte variabelen hebben invloed op de overtuigingen die mensen hebben. Deze zijn descriptief van aard. Er zijn drie verschillende overtuigingen; *gedragsovertuigingen*, *normatieve overtuigingen* en *eigeneffectiviteit overtuigingen*. Deze beïnvloeden de (gedrags) *attitude*, de *waargenomen norm* en de *eigeneffectiviteitsperceptie*. *Gedragsovertuigingen* worden geëvalueerd op wenselijkheid en waarschijnlijkheid. Deze evaluatie kan negatief of positief zijn. Bijvoorbeeld: een man doet mee aan een loterij. Het winnen van een miljoen is zeer wenselijk. Echter, het is tevens zeer onwaarschijnlijk dat hij de prijs wint. Daarom besluit de man om toch niet mee te doen.

Normatieve overtuigingen beïnvloeden de waargenomen norm. Deze overtuigingen zijn op te delen in een *normatieve norm*; wat de lezer denkt dat mensen vinden dat hij moet

doen, en een *descriptieve* norm; wat de lezer denkt dat andere mensen doen. Een voorbeeld van een normatieve overtuiging is als volgt; een man wil een frietje halen bij de snackbar. Zijn vriendin vindt hem echter al te dik en raadt het halen van een frietje af. Naast deze overtuiging weegt de man af in welke mate hij wilt conformeren aan de norm; in hoeverre houdt de man rekening met wat zijn vriendin vindt. Deze overtuigingen hebben invloed op de *waargenomen norm*.

De afweging of een lezer in staat is om het gedrag uit te voeren, zijn *eigeneffectiviteit* overtuigingen. Dit resulteert in *eigeneffectiviteitsperceptie*; in hoeverre heeft de lezer controle over het gedrag wat hij wilt uitvoeren. De lezer is in staat om een woning te verhuren. Daarom zijn in deze thesis (gedrags)attitude en de waargenomen norm de belangrijkste voorspellers van overtuigingskracht, zoals blijkt uit het volgende mogelijke scenario:

Als een lezer van de advertentie met Etnisch Nederlands de talige kenmerken herkent, dan koppelt hij die mogelijk aan iemand die een niet-standaard variëteit gebruikt. Uit het onderzoek van Grondelaers et al. (2015) blijkt dat men een spreker van een accent met bepaalde talige kenmerken, kan indelen als ‘buitenlands’. Als de lezer onderdeel is van de in-groep en hij deelt de schrijver in de ‘uit-groep’, dan heeft de lezer waarschijnlijk negatievere attitudes over de schrijver. Hierdoor kan het zijn dat de lezer negatieve doelattitudes heeft tegenover de schrijver van de advertentie. Een mogelijke overtuiging die de lezer heeft is: “als ik een persoon met een niet Nederlandse herkomst in mijn woning neem, dan laat hij mijn woning niet netjes achter”. Dit leidt tot twee evaluaties: “hoe waarschijnlijk is het dat mijn woning niet netjes wordt achtergelaten?” en “hoe fijn is het als mijn woning niet netjes wordt achtergelaten?”. De lezer vormt hierbij een gedragsattitude: “Ik vind het niet fijn als mijn woning niet netjes wordt achter gelaten”. Dit resulteert in de volgende gedragsintentie: “Ik ben niet van plan om de huurder in huis te nemen.”.

De sprekers van het Etnisch Nederlands kunnen mogelijk worden ingedeeld in een bepaalde sociale groep. Deze sociale groep draagt stereotyperingen, attitudes en vooroordelen met zich mee. Daarnaast heeft deze ‘uit-groep’ waarschijnlijk negatievere attitudes dan de ‘in-groep’, wat verklaard kan worden door ‘in-groep favoritisme’. De stereotyperingen, vooroordelen en attitudes over de hele groep worden betrokken op het individu (de schrijver van de advertentie). Deze doelattitudes tegenover de schrijver hebben invloed op de overtuigingen die de lezer van de advertentie kan hebben. Die overtuigingen beïnvloeden de gedragsattitude en de gedragsattitude op zijn beurt de gedragsintentie. De advertenties in deze thesis zijn geschreven en moeten persuasief van aard zijn. Daarom wordt er in de volgende paragraaf enkele persuasieve strategieën behandeld.

2.3. Handvaten voor het schrijven van een persuasieve tekst

In deze paragraaf worden vier strategieën besproken om een tekst overtuigender te maken. De eerste twee strategieën hebben betrekking op de motivatie tot kritische afwerking van argumenten, en de laatste twee op het verhogen van de capaciteit van de lezer om de argumenten af te werken. Omdat de advertentie een persuasief karakter heeft, worden deze strategieën toegepast. Alle informatie uit paragraaf 2.4 komt uit Hoeken et al. (2012, p. 85-115).

2.3.1. Verhogen van motivatie

Om kritisch naar de argumenten van teksten te kijken moet de lezer betrokken zijn bij de gevolgen van de tekst. Dit zijn teksten die bijvoorbeeld gaan over een financiële situatie. De probleem-oplossingsstructuur en de doel-middelstructuur vergroten de consequentebetrokkenheid. Voor deze thesis wordt een doel-middelstructuur gebruikt. In deze structuur wordt eerst een situatie geschetst die de lezer na wilt streven. Volgend daarop, via welke middelen de lezer het doel kan bereiken.

Het gebruik van een retorische vraag is een goede manier om een lezer een oordeel te laten vormen over een tekst. Als de retorische vraag volgt op de argumenten, raakt de lezer meer overtuigd van een tekst, doordat de lezer de argumenten meeneemt bij het beantwoorden van de retorische vraag (Howard, 1990).

2.3.2. Verhogen van capaciteit

Structuursignalen maken een tekst logischer en duidelijker. Hiermee worden zinnen op lokaal niveau op een logische manier met elkaar verbonden. De coherentie van een tekst wordt verhoogd door structuursignalen. Echter, men moet opletten met het gebruik van dergelijke signalen in persuasieve teksten. Signalen zoals *want*, *daarom* en *omdat* kunnen de indruk wekken dat de schrijver de lezer probeert te beïnvloeden, waardoor de lezer zich kritischer opstelt en minder snel geneigd is om het standpunt over te nemen (Wood & Quinn, 2003). Als de schrijver objectieve structuursignalen gebruikt zoals *doordat* en *daardoor* blijft dit effect achterwege.

Daarnaast is concreetheid van invloed op de capaciteit. Om concreet taalgebruik te verwezenlijken moet men gebruik maken van zintuigelijke waarneembare objecten (Douma, 1994 in Hoeken et al., 2012). Abstract taalgebruik veroorzaakt meer ruimte voor interpretatie, onnauwkeurige informatie en meer inferenties (Miller, Lane, Deatrck, Young & Potts, 2007). Het gebruik van descriptieve adjectieven en nomen, actiewerkwoorden en details die een

gebeurtenis beschrijven versterken concreetheid. Dit verhoogt de begrijpelijkheid en interesse voor een tekst (Sadoski, Goetz & Rodriguez, 2000).

2.4. Enkele taalkenmerken van het Etnisch Nederlands

Om de advertentie op te stellen moeten eerst enkele taalkenmerken van het Etnisch Nederlands besproken worden. Deze kenmerken worden geïncorporeerd in de advertenties. De meeste taalkenmerken beschreven in deze paragraaf komen uit Dorleijn en Nortier (2005) en Cornips (2002).

Iedereen vertoont in zekere mate de variatie zoals besproken in deze paragraaf. Soms opzettelijk (denk hierbij aan *de leven* van Sef²) en soms per ongeluk (fouten in haastige communicatie). Ook mensen met een Nederlandse herkomst gebruiken constructies zoals *die huis*. Het verschil is echter dat sprekers van het Etnisch Nederlands volgens Cornips (2002) deze kenmerken gebruiken om een groepsidentiteit uit te dragen.

De artikelen van Dorleijn en Nortier (2005) en Cornips (2002) zijn goede kwalitatieve bronnen. Echter blijft het casuïstisch onderzoek. Dit heeft als implicatie dat niet elke spreker met een etnische herkomst deze talige kenmerken gebruikt. Hierom is er besloten om de talige kenmerken mee te nemen die in meerdere onderzoeken aan bod komen. De variatie die besproken wordt in deze paragraaf is niet alleen beperkt tot sprekers van het Etnisch Nederlands, maar ook andere Nederlanders op Marktplaats, zoals te zien is in bijlage 1. In het artikel van Cornips (2002) worden er meerdere talige kenmerken besproken, echter is er voor gekozen om niet alle kenmerken te verwerken.

De taalkenmerken worden gedeeltelijk kwantitatief ondersteund door het *Moroccorp*. Ruette en Van de Velde (2013) hebben onderzoek gedaan naar het Marokkaans-Nederlands in chatboxen, waarbij de auteurs verschillende fenomenen aantreffen. Het corpus bestaat uit meer dan 10 miljoen woorden. Daarnaast wordt er onderzocht of de taalkenmerken uit deze paragraaf ook voorkomen in geschreven bronnen op Marktplaats.nl³.

2.4.1. Het gebruik van *de*

Eén van de meest interessante taalkenmerken van het Etnisch Nederlands is de overgeneralisatie van het lidwoord *de*. De participanten uit het onderzoek van Cornips (2002) gebruiken in sommige gevallen het zijdige lidwoord *de*, waar het onzijdige lidwoord *het* juist is. Dorleijn en Nortier (2005) beschrijven hetzelfde fenomeen. De auteurs stellen dat sprekers

² <https://www.youtube.com/watch?v=n33zx7oN9gI>

³ In bijlage 1 en 2 staan verschillende voorbeelden van Marktplaats advertenties en voorbeeldzinnen van het *Moroccorp*.

van het Turks of Marokkaans Nederlands, *de* als bepaald lidwoord gebruiken op plaatsen waar *het* grammaticaal correct is. Een uitspraak van een Marokkaans Nederlandssprekende uit het onderzoek staat in 3).

3) Maar ja wij noemen hem ook eh zeg maar de man met *de* boek.

Cornips (2002) stelt dat het niet verwonderlijk is dat *de* vaak wordt gebruikt in plaats van *het*. In het Nederlands is namelijk drie op de vier zelfstandige naamwoorden een *de* woord. *De* wordt gebruikt voorzijdige (mannelijke en vrouwelijke) zelfstandige naamwoorden en *het* voor onzijdige zelfstandige naamwoorden. Tevens kunnen naamwoorden in meervoud, volgens de auteurs alleen met *de* of \emptyset worden gecombineerd. In tabel 1 staat het lidwoordstelsel van het Etnisch Nederlands.

Tabel 1: Het Nederlandse lidwoordstelsel van het Etnisch Nederlands⁴

	Bepaald	Onbepaald
Zijdig	De man	Een man
Onzijdig	Het huis / De huis	Een huis
Meervoud	De huizen	\emptyset huizen

De variatie op het gebied van lidwoorden is niet alleen beperkt tot Marokkaanse, Turkse of Surinaamse Nederlanders. Ook Duitse kinderen en volwassenen die Nederlands leren (Ziemann, Weerman & Ruigendijk, 2011) overgeneraliseren het gebruik van *de*.

De overgeneralisatie van *de* komt niet alleen in spraak voor. Dorleijn en Nortier (2005) komen dit fenomeen ook tegen in geschreven teksten zoals forumpagina's. Een analyse van het *Moroccorp* wijst uit dat het fenomeen ook voorkomt in chatboxen. Er zijn drie verschillende 'omgevingen' waar de variatie voorkomt: met woorden 4) (a) en (b), met verkleinwoorden 4) (c)-(f) of met een adjectief + verkleinwoord 4) (e) en (f). Variatie met woorden komt regelmatig voor. Het woord *boek* wordt in het corpus 17 keer als *de boek* en 99 keer als *het boek* geschreven. Voorbeelden uit het corpus hiervan zijn 4) (a) en (b).

- 4) (a) *het* boek is gesloten
- * (b) OUTsider dat kan, ik heb het hier in *de* boek staan
- (c) je zit op *het* randje
- * (d) die filmer van *de* filmpje is haar broer?!

⁴ Aangepast van "Nederlands later geleerd: gebruik van lidwoorden en flexie van bijvoeglijke naamwoorden door Duitstalige kinderen en volwassenen" door Ziemann, H., F. Weerman en E. Ruigendijk. 2011, *Internationale Neerlandistiek*, 49(3), p. 186

- (e) Of wat was *het* andere eilandje?/
- *(f) *de* beste liedje van tupac is

Variatie zoals beschreven in 4) (a) en (b) is logisch, omdat sprekers van het T2 Nederlands per woord moeten leren, welk lidwoord hierbij hoort. Daarentegen weten moedertaalsprekers welke variant ze moeten toepassen.

2.4.2. Het gebruik van het aanwijzend/betrekkelijk voornaamwoord *die*.

Dorleijn en Nortier (2005) beschrijven dat voornaamwoorden die aanwijzend of betrekkelijk als *die*, in plaats van *dat*, geuit worden. Cornips (2002) merkt dit ook op bij een Surinaamse Nederlander 7). Uitspraken van een Turks en Marokkaans Nederlandssprekende uit Dorleijn en Nortier (2005) staan in 5) (aanwijzend) en 6) (betrekkelijk).

- 5) Ja, bij *die* ziekenhuis.
- 6) Ziet daar een aapje *die* in zijn neus zit.
- 7) En toen zeiden ze we zijn met zijn drieën maar we moeten *die* optreden doen.

Wederom ligt overgeneralisatie ten grondslag. Als men een aanwijzend of betrekkelijk voornaamwoord gebruikt, moet diegene eerst weten of een woord mannelijk, vrouwelijk of onzijdig is. Het voornaamwoord *dat* gaat gepaard met een onzijdig zelfstandig naamwoord. *Die* gaat daarentegen gepaard met een mannelijk of vrouwelijk zelfstandig naamwoord. Als er variatie voorkomt met betrekking tot het gebruik van *die* of *dat* ligt het onderscheid tussen zijdig en onzijdig aan de grondslag. Voorbeelden hiervan uit het *Moroccorp* staan in bijlage 2.

2.4.3. Het attributief gebruik van adjectieven.

Eén van de meest interessante fenomenen van het Etnisch Nederlands is de variatie op het attributief gebruik van adjectieven. De sprekers voegen een flexie-*e* toe in nominale constituenten. *Een mooi meisje* zou dan geproduceerd worden als *een mooie meisje*. Uit Cornips (2002) blijkt dat Marokkaanse en Surinaamse Nederlanders deze vorm van variatie vertonen, zoals in 8). Tevens komt dit niet louter voor bij Marokkaanse of Surinaamse Nederlands. Ook Duitse kinderen en volwassen NT2 leerders vertonen deze vorm van variatie (Ziemann et al., 2011).

- 8) Ik hoop dan zelf dat ik mijn doel heb bereikt, dus een eigen zaak en een *goeie* diploma.

Ruette en Van de Velde (2013) beschrijven hetzelfde fenomeen bij Marokkaans Nederlandssprekenden. De reden waarom L2-leerders van het Nederlands deze variatie

vertonen, is omdat het systeem een uitzondering heeft. In de meest eenvoudige vorm is het systeem weergegeven als in 9) (Naar Blom, 1994; Weerman, 2003; Tummers, Speelman & Geeraerts, 2004; Tummers, Speelman & Geeraerts, 2005; Plevoets, Speelman & Geeraerts, 2009 als beschreven in Ruetten & Van de Velde, 2013)

- 9) (a) predicatief gebruik: adj- \emptyset (*dat boek is moeilijk*)
- (b) attributief gebruik: adj- \emptyset (*het moeilijk-e boek*)
- (b') uitzondering [+sg -def +neutr] NPs: adj- \emptyset (*een moeilijk boek*)

De uitzondering van (b') maakt het systeem ingewikkeld. Als zelfstandig naamwoord enkelvoudig[+sg], niet definitief[-def] en neutraal is[+neutr] volgt er geen -e. Ruetten en Van de Velde (2013) stellen dat door de uitzondering (b') weg te laten, een inflectie -e attributief gebruik signaleert en geen inflectie predicatief gebruik. Deze vereenvoudiging passen L2-leerders van het Nederlands toe (Ziemann et al., 2011 in Ruetten & Van de Velde, 2013), waardoor volgens de auteurs een nieuw systeem resulteert 10):

- 10) (a) predicatief gebruik: adj- \emptyset (*dat boek is moeilijk*)
- (b) attributief gebruik: adj- \emptyset (*het moeilijk-e boek, een moeilijk-e boek*)

Dit fenomeen is bevestigd in het *Morocccorp*. Alhoewel niet elke Marokkaans-Nederlandssprekende deze vorm gebruikt, zijn er volgens de auteurs wel een significant aantal voorbeelden gevonden.

2.4.4. Omissie van *het*

Ten slotte beschrijven Dorleijn en Nortier (2005) dat *het*, als het voornaamwoordelijk gebruikt wordt, kan ontbreken op de volgende plekken; als onderwerp 11), lijdend voorwerp 12) of deels van een staande uitdrukking 13).

- 11) In Turkije maakt niet uit
- 12) Marokkaanse of Turkse meisje die begrijpen niet zo
- 13) Nou, daar zijn wij dus helemaal niet mee eens

3. Probleemstelling

Het Etnisch Nederlands is een multi-etnolect. Niet alleen leden van minderheidsgroeperingen gebruiken multi-etnolecten, maar ook mensen met een Nederlandse herkomst. Het Etnisch Nederlands is niet ontstaan omdat sprekers het Nederlands onvoldoende machtig zijn, maar om een groepsidentiteit uit te dragen. De sprekers van het Etnisch Nederlands willen volgens Cornips (2002) door het gebruik van de desbetreffende talige kenmerken herkend worden als etnische groep. Ze gebruiken namelijk de variëteit opzettelijk, terwijl ze ook vloeiend Nederlands spreken. Die etnische groep is niet gebaseerd op een enkele etniciteit, maar op het collectief van verschillende etniciteiten. Sprekers van het Etnisch Nederlands met een etnische achtergrond delen namelijk een gemeenschappelijk iets: het hebben van een etniciteit anders dan Nederlands. Met dit gegeven vormen zij een “etnische groep”, die een onderdeel is van het Nederlandse discours. Uit de *sociale identiteitstheorie* blijkt dat een uit-groep, in dit geval de “etnische groep”, gepaard gaat met negatieve attitudes, stereotypen en vooroordelen. Dit wordt veroorzaakt door ‘in-groep favoritisme’. Daarnaast ontvangt een spreker van een niet-standaard variëteit lagere attitudes dan sprekers van standaard variëteiten.

Hier stuiten we op een probleem: Sprekers van het Etnisch Nederlands gebruiken deze variëteit om een groepsidentiteit uit te dragen, echter heeft dit wel invloed op hoe zij gepercipieerd worden door de in-groep. Deze perceptie kan beïnvloed worden door stereotypen, vooroordelen en attitudes, die invloed kunnen hebben op de doelattitudes, en uiteindelijk op gedrag. Door middel van de onderstaande vragen wordt dit verband onderzocht.

3.1. Onderzoeksvragen

De hoofdvraag van het onderzoek luidt dan ook als volgt:

In welke mate beïnvloedt het gebruik van Etnisch Nederlands de overtuigingskracht van een advertentie?

De deelvragen die voortkomen uit de hoofdvraag zijn als volgt:

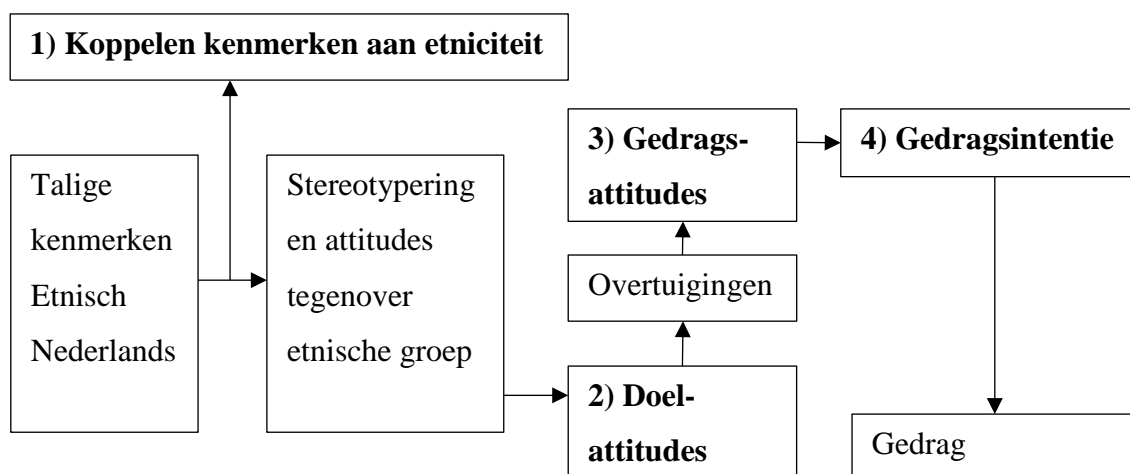
- 1) *Identificeert de proefpersoon de etniciteit van de schrijver?*
- 2) *Wat zijn de doelattitudes over de advertenties met Etnisch Nederlands en Standaardnederlands?*
- 3) *Wat zijn de gedragsattitudes over de advertenties met Etnisch Nederlands en Standaardnederlands?*

- 4) *Hoe hoog is de overtuigingskracht van de advertenties met Etnisch Nederlands en Standaardnederlands?*
- 5) *Wordt overtuigingskracht inderdaad beïnvloed door attitude?*

3.2. Toelichting onderzoeksvragen

De onderstaande toelichting is gebaseerd op het model van Fishbein en Yzer (2003) uit paragraaf 2.2.4. De eerste stap voor de proefpersoon is het koppelen van de talige kenmerken van het Etnisch Nederlands aan een etniciteit (deelvraag 1). Over deze etniciteit bestaan stereotypen, attitudes en vooroordelen. Deze stereotypen, attitudes en vooroordelen over de gehele sociale categorie beïnvloeden de doelattitudes tegenover één zogenaamd lid van de sociale categorie, namelijk de schrijver van de advertentie (deelvraag 2). Over deze schrijver ontstaan overtuigingen die de gedragsattitude beïnvloeden. De gedragsattitude is één van de drie determinanten voor gedragsintentie (deelvraag 3). In dit onderzoek is de gedragsintentie een instrument om de overtuigingskracht te meten. De gedragsintentie is één van de drie determinanten voor uiteindelijk gedrag (deelvraag 4). Een schematische weergave van dit onderzoek staat in figuur 2. Met deelvraag 5 wordt er gekeken of attitude, zoals het model van Fishbein en Yzer voorspelt, inderdaad overtuigingskracht beïnvloed.

Figuur 2: Schematische weergave probleemstelling



3.3. Hypotheses

Het theoretisch kader, de probleemstelling en de methode resulteren in de volgende hypothesen en bijbehorende 0-hypothesen:

Tabel 2: Hypotheses

Nummer	Hypothese
1	<i>De proefpersoon identificeert de etniciteit van de schrijver van de advertentie met Etnisch Nederlands als Marokkaans, Turks of Surinaams.</i> De proefpersoon identificeert de etniciteit van de Etnische advertentie niet als Marokkaans, Turks of Surinaams.
2	<i>De proefpersoon identificeert de etniciteit van de schrijver van de advertentie met Standaardnederlands als Nederlands.</i> De proefpersoon identificeert de etniciteit van de algemene advertentie niet als Nederlands.
3	<i>De advertentie met Standaardnederlands heeft hogere doelattitudes dan de variëteit met Etnisch Nederlands.</i> Er is geen verschil op doelattitudes tussen beide advertenties
4	<i>De advertentie met Standaardnederlands heeft hogere gedragsattitudes dan de variëteit met Etnisch Nederlands.</i> Er is geen verschil op gedragsattitudes tussen beide advertenties
5	<i>De advertentie met Standaardnederlands heeft een hogere overtuigingskracht dan de variëteit met Etnisch Nederlands.</i> Er is geen verschil op overtuigingskracht tussen beide advertenties
6	<i>De overtuigingskracht wordt beïnvloed door attitude</i> De overtuigingskracht wordt niet beïnvloed door attitude

De eerste twee hypothesen corresponderen met de eerste deelvraag. Er wordt verwacht dat de proefpersoon de variëteiten koppelt aan de juiste etniciteit. In Grondelaers et al. (2015) waren de proefpersonen van de pretest in staat om het label ‘non-native’ te koppelen aan *Moroccan Flavoured Dutch*. De precieze etniciteit werd niet volledig geraden. Mede omdat het Etnisch Nederlands gesproken wordt door sprekers met verschillende etniciteiten, verwachten we dat de proefpersonen in staat zullen zijn om de taalkenmerken te koppelen aan ten minste één van de besproken etniciteiten in Cornips (2002). De hypothesen 3 t/m 5 staan met elkaar in verband. Hier wordt verwacht dat de proefpersoon hogere doelattitudes heeft bij de advertentie met Standaardnederlands. Grondelaers et al. (2015) toonde al aan dat niet-standaardvariëteiten lagere attitudes hebben dan standaard-variëteiten. Tevens volgt uit *sociale identiteitstheorie* dat door ‘in-groep favoritisme’, de ‘in-groep’ hogere attitudes hebben dan de ‘uit-groep’. Volgens het model van Fishbein en Yzer resulteren hoge doelattitudes waarschijnlijk in een hoge gedragsattitude. Hoge gedragsattitudes resulteren hoogstwaarschijnlijk in een hoge gedragsintentie. Hypothese 6 test of dat verband klopt.

4. Methode

In deze paragraaf wordt beschreven wat de proefpersonen moesten doen tijdens het onderzoek. De deelnemers hebben een online enquête ingevuld over de twee advertenties. Eén advertentie heeft de taalkenmerken van Standaardnederlands en één advertentie de kenmerken van Etnisch Nederlands. De enquête is ontwikkeld en afgenomen via Google Forms. Het onderzoek heeft een tussen proefpersoon design. Om de onderzoeksvragen te beantwoorden zijn er verschillende open vragen en stellingen ontworpen. De gegenereerde data wordt verwerkt in SPSS.

4.1. Materiaal

Om het effect van verschillen in attitude en overtuigingskracht over het gebruik van een variëteit te meten, maakt dit experiment gebruik van twee versies van advertenties op marktplaats⁵. Een fictieve man zoekt voor zijn gezin een woonruimte in de omgeving van Utrecht. Dit medium is gekozen omdat het uitvoeren van de taak dan zo natuurlijk mogelijk is. Dit verhoogt de ecologische validiteit.

De advertenties worden ontworpen aan de hand van de talige kenmerken uit paragraaf 2.3. Eén advertentie is ontworpen aan de hand van de talige kenmerken van Etnisch Nederlands en één advertentie aan de hand van de kenmerken van Standaardnederlands. Deze kenmerken staan in tabel 3. In bijlage 4 staan de advertenties met de plekken in de tekst waar de manipulaties zijn verwerkt.

Tabel 3: Manipulaties van de advertenties

Nummer	Manipulatie	Voorbeeld Etnisch Nederlands	Voorbeeld Standaardnederlands
1	Attributief gebruik adjectieven	Een mooie meisje	Een mooi meisje
2	<i>De</i>	De boek	Het boek
3	Aanwijzend <i>die</i>	Bij die ziekenhuis	Bij dat ziekenhuis
4	Betrekkelijk <i>die</i>	Het huis die ik zoek	Het huis dat ik zoek
5	Omissie <i>het</i>	In Turkije maakt niet uit	In Turkije maakt het niet uit

Beide advertenties maken gebruik van de persuasieve strategieën uit paragraaf 2.4. Ten eerste is de motivatie om argumenten te verwerken verhoogd door een doel-middel structuur toe te passen. Op deze manier wordt de consequentebetrokkenheid vergroot. Daarnaast is er een retorische vraag toegevoegd aan het eind van de advertentie. Hierdoor

⁵ Een voorbeeld van een dergelijke advertentie staat in bijlage 3.

neemt de lezer de argumenten die eerder benoemd zijn mee met het beantwoorden van de retorische vraag. Ten tweede is de capaciteit om argumenten te verwerken verhoogd door middel van het toevoegen van signaalwoorden en het gebruik van concreet taalgebruik.

4.2. Manier van afname

Het onderzoek is online afgenomen via Google Forms. De vragenlijst zoals aangeboden aan de proefpersonen staat in bijlage 5. Het grootste voordeel van het gebruik van een online afname is de snelheid waarmee proefpersonen bereikt kunnen worden. Met een offline afname moet het onderzoek proefpersoon voor proefpersoon afgenomen worden. Met het gebruik van een online onderzoek is de afname van het onderzoek aanzienlijk sneller. Daarnaast is de reikwijdte van het onderzoek groter. Met het sturen van een link kunnen veel proefpersonen tegelijkertijd bereikt worden. Het grootste nadeel van Google Forms is dat de onderzoeker niet kan meekijken tijdens de afname. Hierdoor is de controle op de afname nihil. Er kunnen zich allerlei dingen voordoen waardoor de afname rommelig verloopt. Tevens kan de proefpersoon zijn aandacht verslapen.

4.3. Instructie

Het onderzoek begint met een algemene instructie. Hier wordt uitgelegd hoe lang het onderzoek duurt, dat er geen goede of slechte antwoorden zijn en dat de antwoorden anoniem zijn. Daarna volgt er een algemene instructie over de taak die de proefpersoon moet uitvoeren. Op de volgende pagina staat een scenario, waarbij de proefpersoon zichzelf moet voorstellen als potentiële huurder. De gehele instructie en scenario staan in bijlage 5.

4.4. Proefpersonen

De proefpersonen zijn Utrechtse studenten. Deze doelgroep is makkelijk te bereiken. De studenten zijn bijna allemaal studenten van de universiteit of HBO. In totaal doen er 64 proefpersonen mee aan het experiment. 32 proefpersonen beoordelen de advertentie met Standaardnederlands en 32 beoordelen de advertentie met Etnisch Nederlands. In totaal hebben er 42 vrouwen deelgenomen en 22 mannen.

De meeste proefpersonen zijn geworven via sociale media van de studievereniging Babel. De proefpersonen zijn geselecteerd op basis van of ze wel of niet studeren. Hierbij is geen onderscheid gemaakt tussen geslacht of leeftijd. Daarnaast zijn er ook studenten geworven van de opleiding Communicatie- en informatiewetenschappen. De overige proefpersonen zijn geworven via het persoonlijke netwerk van de auteur.

4.5. Ontwerp onderzoek

Het onderzoek maakt gebruik van een tussen groep ontwerp waarbij de proefpersonen een van de varianten te zien krijgen. Het originele idee was om een binnen groep ontwerp te gebruiken. Echter, de interne validiteit kwam dusdanig in gevaar dat er na een pretest is besloten om te kiezen voor een tussen groep ontwerp in plaats van een binnen groep ontwerp. De 5 proefpersonen van de pretest rapporteerden dat zij óf priming ervaarde, óf voelde dat ze sociaal wenselijk moesten antwoorden omdat er een advertentie aanwezig was met Standaardnederlands.

4.6. Variabelen

In het onderzoek komen er meerdere variabelen aan bod. Er zijn vier afhankelijke variabelen en één onafhankelijke:

- Afhankelijke variabele 1: De identificatie van de etniciteit van de schrijvers van de brief
- Afhankelijke variabele 2: De doelattitudes over de schrijvers van de varianten met Etnisch Nederlands en Standaardnederlands.
- Afhankelijke variabele 3: De gedragsattitudes over de schrijvers van de varianten met Etnisch Nederlands en Standaardnederlands.
- Afhankelijke variabele 4: De overtuigingskracht over de varianten met Etnisch Nederlands en Standaardnederlands.
- Onafhankelijke variabele: De advertentie in het Etnisch Nederlands of Standaardnederlands.

De eerste afhankelijke variabele wordt, in navolging van Ridder (2012), getest door middel van een gesloten meerkeuzevraag: *Welke herkomst denkt u dat de schrijver van deze advertentie heeft?* Ridder (2012) bevraagt in welk land deze spreker is geboren en opgegroeid. Omdat de schrijver van de advertentie met Etnisch Nederlands een variëteit gebruikt die wordt gebruikt door Nederlanders met een etnische achtergrond wordt in dit onderzoek gevraagd naar herkomst. Het onderzoek van Ridder (2012) was echter wel gericht op accent en niet op geschreven constructen. Toch is de manier van vragen sluitend voor dit onderzoek. In dit onderzoek worden er tien verschillende nationaliteiten gegeven, waardoor de proefpersoon een ruime keuze heeft. Deze opties zijn gebaseerd op de grootste bevolkingsgroepen naar achtergrond in Nederland (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2016a). De proefpersoon kan meerdere nationaliteiten aankruisen. Er is in dit onderzoek

gevraagd naar herkomst omdat deze term zich enkel richt op waar de vooronderstelde schrijver vandaan komt. Etniciteit richt zich op tot welke groep iemand behoort en wat voor connotaties die groep met zich meedraagt.

De tweede afhankelijke variabele bestaat uit vier doelattitudes jegens de schrijvers van de variëteiten. De doelattitudes maken onderdeel uit van de indirecte variabelen uit het model van Fishbein en Yzer (2003). Deze attitudes corresponderen met het zijn van een goede huurder. Een goede huurder is doorgaans vriendelijk, netjes, betrouwbaar en betaalt zijn huur op tijd.

De derde afhankelijke variabele bestaat uit drie gedragsattitudes. De gedragsattitudes zijn gedeeltelijk gebaseerd op Hendriks, Starren, Hoeken, Van den Brandt, le Pair & Nederstigt (2005). Deze vragen meten de houding van de proefpersonen tegenover het gedrag van het huis verhuren. Als de schrijver een goede huurder is, dan is het verstandig, slim en een goede keuze om de huurder in huis te nemen. De derde vraag van de gedragsattitudes; goede keuze – slechte keuze, was eerst de semantische differentiaal; slim – dom. Een deelnemer van de pretest merkte op dat ze de semantische differentiaal niet goed begreep. Daarom is er besloten om de vraag te veranderen.

De vierde variabele is de gedragsintentie. Hierbij wordt er gebruik gemaakt van twee vragen die hetzelfde meten om de betrouwbaarheid van het gehele construct te verhogen. De vragen over gedragsintentie zijn gebaseerd op de vragen over gedragsintentie uit Hoeken et al. (2012, p. 215). Hierbij is het volgens de auteurs belangrijk dat het gedrag persoonlijk wordt gemaakt en dat men concreet is over het gedrag.

In tabel 4 staan de afhankelijke variabelen met de corresponderende semantische differentiaal en Likertschalen. In navolging van Hendriks et al. (2005) en Hoeken et al. (2012) worden deze schalen gemeten op een 7 puntenschaal. Hierdoor kunnen subtielere verschillen worden gemeten. Tevens worden neutrale antwoorden meer vermeden met een 7 puntenschaal dan met een 5 puntenschaal. De gehele vragenlijst staat in bijlage 5.

Tabel 4: Afhankelijke variabelen 2 t/m 4

2. Doelattitude							
Deze persoon is / gaat							
Vriendelijk	*	*	*	*	*	*	Onvriendelijk
Netjes	*	*	*	*	*	*	Rommelig
Betrouwbaar	*	*	*	*	*	*	Onbetrouwbaar
<i>Op tijd betalen</i>	*	*	*	*	*	*	<i>Niet op tijd betalen</i>
3. Gedragsattitude							
Het is om deze huurder in huis te nemen							
Verstandig	*	*	*	*	*	*	Onverstandig
Slim	*	*	*	*	*	*	Dom
Een goede keuze	*	*	*	*	*	*	Een slechte keuze
4. Gedragsintentie							
Ik ben van plan om deze huurder in mijn huis te nemen							
Oneens	*	*	*	*	*	*	Eens
Ik zal mijn huis aan deze huurder verhuren							
Oneens	*	*	*	*	*	*	Eens

De eerste onderzoeksvraag omtrent de identificatie van de etniciteit van de schrijver, correspondeert met de eerste afhankelijke variabele. De tweede onderzoeksvraag onderzoekt de doelattitudes tegenover de schrijvers (afhankelijke variabele twee). Als de proefpersonen een etniciteit koppelen aan het Etnisch Nederlands, heeft diegene doelattitudes tegenover de schrijver. De derde onderzoeksvraag correspondeert met afhankelijke variabele drie. De doelattitudes hebben, volgens het model van Fishbein en Yzer (2003), mogelijk invloed op de gedragsattitude. Onderzoeksvraag vier onderzoekt of de overtuigingskracht verschilt tussen beide varianten. Gedragsattitude is volgens het model een belangrijke voorspeller van gedragsintentie. Dit wordt onderzocht door middel van afhankelijke variabele vier.

5. Resultaten

Aan het onderzoek hebben 64 proefpersonen deelgenomen, waarvan 32 proefpersonen in de conditie Standaardnederlands en 32 in de conditie Etnisch Nederlands. In totaal hebben er 42 vrouwen (66%) deelgenomen en 22 mannen (34%). Dit is overeenkomstig met de man/vrouw genderverdeling in geesteswetenschappen. In de faculteit geesteswetenschappen is 64% vrouwelijk en 36% mannelijk (J. Looman-Blatnik, persoonlijke communicatie, 30 Juni 2017). In deze thesis zijn de condities homogeen; de advertentie met Etnisch Nederlands is beoordeeld door 19 vrouwen en 13 mannen en de advertentie met Standaardnederlands is beoordeeld door 23 vrouwen en 9 mannen. Deze condities verschillen dan ook niet significant op de variabele geslacht ($\chi^2(1) = 1.11; p = .430$). Daarnaast volgen 45 proefpersonen een universitaire opleiding tegenover 16 proefpersonen die een HBO opleiding volgen en 3 mensen een MBO. In tabel 5 staan de frequenties van de demografische gegevens uitgesplitst naar conditie.

Tabel 5: Frequenties van de demografische gegevens en % van totaal uitgesplitst naar conditie

		Standaard-nederlands		Etnisch Nederlands		Totaal	
		N	%	N	%	N	%
Geslacht	Man	9	14.1	13	20.3	22	34.4
	Vrouw	23	35.9	19	29.7	42	65.6
Opleidingsniveau	Universiteit	26	40.6	19	29.7	45	70.3
	HBO	4	6.3	12	18.8	16	25
	MBO	2	3.1	1	1.6	3	4.7
Andere herkomst naast Nederlands	Ja	0	0	3	4.7	3	4.7
	Nee	32	50	29	45.3	61	95.3
Woonachtig in een stad	Ja	26	40.6	24	37.5	50	78.1
	Nee	6	9.4	8	12.5	14	21.9

5.1. Identificeert de proefpersoon de etniciteit van de schrijver?

Eén van de vragen die de proefpersonen moesten beantwoorden betreft de etniciteit van de schrijvers van de advertenties. Dit correspondeert met afhankelijke variabele 1 en hypothesen 1 en 2. Omdat er bij deze vraag meerdere antwoordmogelijkheden konden worden aangekruist zijn de frequenties geteld van alle landen per antwoord. Deze frequenties van afhankelijke variabele 1 staan genoteerd in tabel 6 uitgesplitst naar conditie.

Tabel 6: Frequenties land van herkomst en percentage per conditie.

Land van herkomst	Standaardnederlands		Etnisch Nederlands		Totaal	
	N = 58	%	N = 77	%	N = 135	%
Nederland	23	40%	4	5%	27	20%
Marokko	8	14%	17	22%	25	19%
Turkije	5	9%	19	25%	24	18%
Suriname	3	5%	15	19%	18	13%
Antillen	3	5%	11	14%	14	10%
Polen	4	7%	4	5%	8	6%
België	4	7%	0	0%	4	3%
Duitsland	5	9%	1	1%	6	4%
Indonesië	2	3%	5	6%	7	5%
Geen van bovenstaande	1	2%	1	1%	2	1%

In totaal zijn er 135 antwoorden gegeven; 58 in de conditie Standaardnederlands en 77 in de conditie Etnisch Nederlands. In 40% van de gevallen in de conditie Standaardnederlands is Nederland als mogelijke herkomst gegeven. Dat betekent dat 23 van de 58 proefpersonen de schrijver als Nederlands identificeren. In 66% van de gevallen in de conditie Etnisch Nederlands is Marokkaans, Turks of Surinaams als mogelijke herkomst gegeven. Zelfs 80% als de Antillen worden toegevoegd. Met een chi-kwadraat analyse is onderzocht of er verschil is tussen beide condities. De proefpersonen identificeren de etniciteit van de schrijver van de advertentie Standaardnederlands significant meer als Nederlands dan de schrijver van de advertentie met Etnisch Nederlands ($\chi^2(1) = 23.13; p < .001$). Daarnaast blijkt dat de proefpersonen de etniciteit van de schrijver van de advertentie met Etnisch Nederlands meer als Marokkaans ($\chi^2(1) = 5.32; p = .020$), Turks ($\chi^2(1) = 13.07; p < .001$), Surinaams ($\chi^2(1) = 11.13; p < .001$) en Antilliaans ($\chi^2(1) = 5.86; p = .016$) identificeren, dan de advertentie met Standaardnederlands.

Tevens blijkt er een verschil tussen mannen en vrouwen omtrent de identificatie van etniciteit te zitten. Vrouwelijke proefpersonen hebben 87 antwoorden gegeven en mannelijke proefpersonen 48 antwoorden. In tabel 7 staan de frequenties uitgesplitst naar conditie en geslacht.

Tabel 7: Frequenties land van herkomst en percentage van totaal uitgesplitst naar geslacht

Land van herkomst	Man				Vrouw			
	Standaard-nederlands		Etnisch Nederlands		Standaard-nederlands		Etnisch Nederlands	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Nederland	5	22.7	3	13.6	18	42.9	1	2.4
Marokko	3	13.6	7	31.8	5	11.9	10	23.8
Turkije	0	0	11	50	5	11.9	8	19
Suriname	0	0	6	27.3	3	7.1	9	21.4
Antillen	0	0	5	22.7	3	7.1	6	14.3
Polen	0	0	3	13.6	4	9.5	1	2.4
België	1	4.5	0	0	3	7.1	0	0
Duitsland	1	4.5	1	4.5	4	9.5	0	0
Indonesië	0	0	2	9.1	2	4.8	3	7.1
Geen van bovenstaande	0	0	0	0	1	2.4	1	2.4

Uit een chi-kwadraat analyse blijkt dat vrouwen ($\chi^2(1) = 22.38; p < .001$) de etniciteit van de schrijver van de advertentie van Standaardnederlands meer als Nederlands identificeren dan de schrijver van de andere advertentie. Mannen maken dit onderscheid niet ($\chi^2(1) = 2.42; p = .135$). Daarnaast blijkt dat vrouwen de etniciteit van de schrijver van de advertentie met Etnisch Nederlands meer als Marokkaans ($\chi^2(1) = 4.33; p = .038$) en Surinaams ($\chi^2(1) = 6.01; p = .014$) identificeren. Mannen daarentegen identificeren de etniciteit van de schrijver de advertentie met Etnisch Nederlands vaker als Turks ($\chi^2(1) = 15.23; p < .001$), Surinaams ($\chi^2(1) = 5.71; p = .023$) en Antilliaans ($\chi^2(1) = 4.48; p = .049$).

Uit de bovenstaande resultaten blijkt dat de deelnemers aan het onderzoek de talige kenmerken van het Etnisch Nederlands koppelen aan een etniciteit van iemand die het Etnisch Nederlands mogelijk zou kunnen spreken. Het Etnisch Nederlands wordt in het onderzoek van Cornips (2002) gesproken door Turkse, Surinaamse en Marokkaanse Nederlanders. Echter blijkt dat multi-etnolecten niet perse gesproken worden door vaste etnische groepen, maar dat sprekers met verschillende etniciteiten die variëteiten kunnen gebruiken. Het feit dat er meerdere antwoorden zijn gegeven betekent ook dat, voor de proefpersoon, de schrijver geen vaste enkele etniciteit heeft. Mannen en vrouwen identificeren de schrijver van de advertentie met Etnisch Nederlands allebei als Turks en Surinaams analyseren.

5.2. Wat zijn de doelattitudes over de advertenties met Etnisch Nederlands en Standaardnederlands?

Daarnaast zijn er door middel van vier vragen de doelattitudes onderzocht over beide condities. Dit correspondeert met afhankelijke variabele 2 en hypothese 3. Ten eerste worden de vragen over doelattitudes omgepoold. In de vragenlijst staat namelijk de positieve categorie links en de negatieve rechts. Na de ompoling betekent een hoge score dat de proefpersoon de schrijver bijvoorbeeld als vriendelijker beoordeeld. Het blijkt na een betrouwbaarheidsanalyse dat de vragen over doelattitudes ($\alpha = .79$) hetzelfde meten. De gemiddelden en standaarddeviaties van de scores over de doelattitudes uitgesplitst naar conditie staan in tabel 8.

Tabel 8: *M (SD) van de doelattitudes per conditie*

Doelattitude	Standaardnederlands	Etnisch Nederlands
Vriendelijk	5.53 (1.39)	5.34 (1.49)
Netjes	5.56 (1.19)	4.94 (1.29)
Betrouwbaar	5.25 (1.08)	4.31 (1.36)
Op tijd betalen	5.53 (0.98)	4.78 (1.26)

Uit een t-test blijkt dat beide zogenaamde schrijvers als even vriendelijk worden beoordeeld ($t(62) = 0.52, p = .605$). Echter, uit de vergelijking blijkt dat de andere doelattitudes hoger worden beoordeeld in de conditie Standaardnederlands dan in de conditie Etnisch Nederlands. De schrijver van de advertentie met Standaardnederlands is beoordeeld als netter ($t(62) = 2.01, p = 0.49$), betrouwbaarder ($t(62) = 3.06, p = .003$) en betaald volgens de proefpersoon vaker op tijd ($t(62) = 2.65, p = .010$), dan de schrijver van de advertentie met Etnisch Nederlands. Uit deze resultaten blijkt dat bijna alle doelattitudes hoger worden beoordeeld in de conditie Standaardnederlands dan in de conditie Etnisch Nederlands.

Daarnaast is er een verschil tussen mannen en vrouwen. In tabel 9 staan de gemiddelden en standaarddeviaties verdeeld naar geslacht en conditie.

Tabel 9: *M (SD) van de doelattitudes per conditie uitgesplitst naar geslacht*

Doelattitude	Man		Vrouw	
	Standaardnederlands	Etnisch Nederlands	Standaardnederlands	Etnisch Nederlands
Vriendelijk	5.56 (1.33)	5.69 (1.11)	5.52 (1.44)	5.11 (1.70)
Netjes	5.67 (1.12)	5.23 (1.01)	5.52 (1.24)	4.74 (1.45)
Betrouwbaar	5.00 (1.12)	4.31 (1.38)	5.35 (1.07)	4.32 (1.38)
Op tijd betalen	5.56 (0.88)	5.15 (1.07)	5.52 (1.04)	4.53 (1.35)

Vrouwen beoordelen de schrijver van de advertentie met Standaardnederlands als betrouwbaarder ($t(40) = 2.73, p = .009$) en verwachten dat de schrijver meer op tijd gaat betalen ($t(40) = 2.70, p = .010$) dan de advertentie met Etnisch Nederlands. Mannen beoordelen de doelattitudes in beide condities niet verschillend. Dit is overeenkomstig met het idee dat vrouwen sterkere attitudes hebben tegenover niet-standaard taalgebruik.

5.3. Wat zijn de gedragsattitudes over de advertenties met Etnisch Nederlands en Standaardnederlands?

Eén van de determinanten van gedragsintentie is de gedragsattitude. De gedragsattitudes die onderzocht zijn corresponderen met de afhankelijke variabele 3 en hypothese 4. Na een betrouwbaarheidsanalyse blijkt dat alle vragen over de gedragsattitude hetzelfde construct meten ($\alpha = .95$). In tabel 10 staan de gemiddelden en standaarddeviaties van de scores over de gedragsattitudes uitgesplitst naar conditie.

Tabel 10: *M (SD) van de gedragsattitudes per conditie*

Gedragsattitude	Standaardnederlands	Etnisch Nederlands
Verstandig	4.97 (1.28)	3.66 (1.77)
Slim	5.06 (1.19)	3.81 (1.61)
Goede keuze	5.16 (1.22)	3.84 (1.53)

Uit een t-test blijkt dat alle gedragsattitudes significant verschillen. Ten eerste is het verstandiger om het huis te verhuren aan de schrijver van de advertentie met Standaardnederlands, dan de schrijver van de advertentie met Etnisch Nederlands ($t(56.50) = 3.40, p = .001$). Daarnaast beoordeelt de respondent dat het ook slimmer is om te kiezen voor de schrijver van de conditie Standaardnederlands ($t(62) = 3.53, p < .001$). Tot slot is het volgens de proefpersonen een betere keuze om te kiezen voor de schrijver van de advertentie met Standaardnederlands ($t(62) = 3.80, p < .001$).

In tabel 11 staan de scores van de mannen en de vrouwen. Het enige verschil is de score op of het een goede keuze is om de huurder in huis te nemen. Bij de mannen is dit verschil niet significant ($t(20) = 2.08, p = .065$) en bij vrouwen wel ($t(40) = 3.61, p = .003$).

Tabel 11: *M (SD) van de doelattitudes per conditie uitgesplitst naar geslacht*

Gedragsattitude	Man		Vrouw	
	Standaardnederlands	Etnisch Nederlands	Standaardnederlands	Etnisch Nederlands
Verstandig	5.11 (0.93)	3.54 (1.67)	4.91 (1.41)	3.74 (1.88)
Slim	5.22 (0.97)	3.92 (1.50)	5.00 (1.28)	3.74 (1.73)
Goede keuze	5.11 (1.05)	3.85 (1.73)	5.17 (1.30)	3.84 (1.43)

5.3. Hoe hoog is de overtuigingskracht van de advertenties met Etnisch Nederlands en Standaardnederlands?

Om te kijken of de advertenties verschillen in overtuigingskracht wordt de gedragsintentie gemeten. De gedragsintentie correspondeert met afhankelijke variabele 4 en hypothese 5. Uit een betrouwbaarheidsanalyse blijkt dat beide vragen omtrent de gedragsintentie hetzelfde meten ($\alpha = .88$). Hierdoor is er besloten om de twee vragen samen te voegen. Echter, vanwege een interessant resultaat worden de vragen wel los van elkaar besproken. Tevens zijn deze vragen ook omgepooled. In tabel 12 staan de gemiddelden en standaarddeviaties van de scores van de overtuigingskracht uitgesplitst naar conditie.

Tabel 12: *M (SD) van de gedragsintentie per conditie*

Gedragsintentie	Standaardnederlands	Etnisch Nederlands
Intentie 1	5.28 (1.51)	3.69 (1.93)
Intentie 2	4.47 (1.87)	3.56 (1.76)
Intentie gemiddeld	4.88 (1.55)	3.63 (1.78)

De eerste vraag over gedragsintentie wordt significant hoger beoordeeld in de conditie met Standaardnederlands dan de conditie Etnisch Nederlands ($t(56,63) = 3.69, p < .001$).

Proefpersonen zijn eerder van plan om de schrijver van de advertentie met Standaardnederlands in hun huis te nemen dan de schrijvers van de advertentie met Etnisch Nederlands. De tweede vraag bevestigt hetzelfde fenomeen ($t(62) = 2.00, p = .050$). Echter verschillen de twee vragen 0.81 punt. Doordat de betrouwbaarheid dusdanig hoog is, is er besloten om de vragen over intentie samen te voegen. Gemiddeld gezien zijn de proefpersonen eerder van plan om het huis te verhuren aan de huurder van de advertentie met Standaardnederlands ($t(62) = 3.00, p = .004$). Verder zijn er geen verschillen tussen mannen en vrouwen.

5.4. Wordt overtuigingskracht inderdaad beïnvloed door attitude?

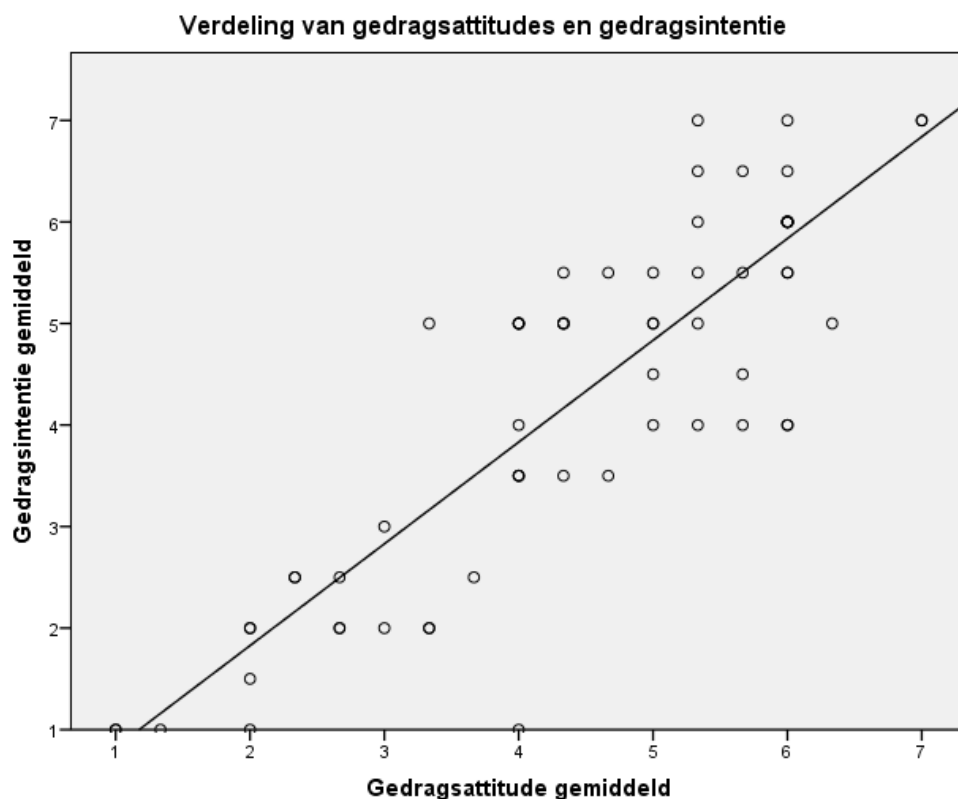
Volgens het model van Fishbein en Yzer (2003) uit paragraaf 2.2.4. staan de bovenstaande uitkomsten met elkaar in verband. De doelattitudes zijn onderdeel van de indirecte variabelen. Een combinatie van indirecte variabelen beïnvloedt de overtuigingen. Deze overtuigingen zijn bepalend voor de gedragsattitude. Deze gedragsattitudes zijn van invloed op de gedragsintentie. Om te analyseren of het model van Fishbein en Yzer klopt, is er allereerst een betrouwbaarheidsanalyse uitgevoerd. Alle constructen waren voldoende betrouwbaar, waardoor ertoe is besloten om het gemiddelde te nemen van elk construct. De gemiddelden, standaarddeviaties en de Cronbach's alfa's staan in tabel 13.

Tabel 13: Betrouwbaarheid van de combinatie van vragen van het construct en M (SD) van het gemiddelde per construct.

Constructen	α	M (SD)
Doelattitudes	.79	5.16 (1.02)
Gedragsattitudes	.95	4.42 (1.51)
Gedragsintentie	.88	4.25 (1.77)

Er is een positieve samenhang tussen de doelattitudes en de gedragsattitudes ($r = 0.73$; $p < .001$). Dit betekent dat proefpersonen die doelattitudes hoog beoordelen, over het algemeen ook gedragsattitudes hoog beoordelen. Daarnaast blijkt dat de gedragsattitudes hoog correleren met gedragsintentie ($r = 0.86$; $p < .001$). Proefpersonen die een hoge score op de gedragsattitudes geven, geven ook een hoge score op gedragsintentie. Tot slot correleren de doelattitudes ook met gedragsintentie ($r = 0.70$, $p < .001$). Dit betekent dat personen die een hoge score geven op doelattitudes in het algemeen ook een hoge score geven op gedragsintentie. Verder zijn er geen verschillen tussen mannen en vrouwen.

Zoals Fishbein en Yzer stellen (2003) zijn de gedragsattitudes een beter voorspeller voor uiteindelijk gedrag zijn dan doelattitudes. Dit komt overeen met de hoogte van de correlaties zoals hierboven beschreven. Grafiek 1 illustreert dit verband. Op de horizontale as staat de verdeling van de gemiddelde gedragsattitude. Op de verticale as de verdeling van de gemiddelde gedragsintentie. Hoe hoger de score op de gedragsattitude, hoe hoger de score op de gedragsintentie. De lijn in de grafiek illustreert dat verband.



Grafiek 1: Verdeling van de gedragsattitude en gedragsintentie

Uit de resultaten blijkt dat het model van Fishbein en Yzer klopt. De scores op de doelattitudes correleren redelijk hoog met de gedragsattitude. Uit het model van Fishbein en Yzer blijkt dat doelattitudes invloed uit oefenen op de overtuigingen. Deze overtuigingen hebben invloed op de gedragsattitude. Tevens blijkt dat de gedragsattitude hoog correleert met de gedragsintentie. De gedragsattitude is één van de drie determinanten van gedragsintentie en hoogstwaarschijnlijk de belangrijkste voorspeller van gedragsintentie in dit onderzoek. Ondanks dat de doelattitude geen goede voorspeller is van gedragsintentie, correleren deze twee constructen redelijk hoog. Hiermee is aangetoond dat het model van Fishbein en Yzer een valide theorie is om onderzoek te doen naar overtuigingskracht.

6. Discussie

Voor dit onderzoek is er een vragenlijst opgesteld om te onderzoeken of het gebruik van Etnisch Nederlands van invloed is op de overtuigingskracht. Uit de resultaten blijkt dat de schrijver van de advertentie met Standaardnederlands beter is beoordeeld op attitude en overtuigingskracht, dan de schrijver van de advertentie met Etnisch Nederlands. Deze resultaten brengen een bepaalde problematiek met zich mee. Volgens Cornips (2002) gebruiken de sprekers van het Etnisch Nederlands deze variëteit om herkend te worden als “etnische groep”. Wat de sprekers wellicht niet realiseren is dat wanneer zij die variëteit gebruiken, zij benadeeld zijn in overtuigingskracht en lagere attitudes ontvangen.

Daarnaast is het niet duidelijk of de proefpersonen beoordelen onder invloed van stereotypen, vooroordelen en attitudes over de voorontstelde etniciteit of beïnvloed worden door niet-standaard taalgebruik. Ondanks dat de proefpersonen de schrijver van de advertentie met het Etnisch Nederlands identificeren als een Marokkaanse, Turkse, Antilliaanse of Surinaamse Nederlander hoeft dit niet te betekenen dat de proefpersoon de schrijver hierop afrekent. Het kan ook zijn dat de proefpersoon wordt beïnvloed door in zijn ogen afwijking van de talige ‘norm’. De taalkenmerken van het Etnisch Nederlands kunnen namelijk worden beschouwd als taalfouten. Proefpersonen kunnen een advertentie minder overtuigend vinden als de advertentie taalfouten bevat.

De uitkomsten van dit onderzoek kunnen gegeneraliseerd worden naar jonge hoogopgeleide mensen. Er kunnen bij dit onderzoek een paar kanttekeningen worden geplaatst. Ondanks dat er significantie was op het gebied van drie doelattitudes, was dit verschil niet groot. Mogelijk is het moeilijker om de schrijver zelf te beoordelen dan om gedragsattitude te beoordelen. Na het lezen van een advertentie is het lastig om te bepalen of iemand netjes, vriendelijk, op tijd betaald en betrouwbaar is. De proefpersoon kent de schrijver immers niet. De attitude tegenover het gedrag is makkelijker te beoordelen. Daarnaast is de enige doelattitude die niet significant verschilt; vriendelijkheid. Waarschijnlijk is vriendelijkheid moeilijker te beoordelen na het lezen van een advertentie dan de andere doelattitudes.

Het tweede interessante fenomeen is de tweede vraag over intentie. De score op deze vraag is alleen bij de advertentie met Standaardnederlands lager. De eerste vraag over intentie had een score van 5.28 en de tweede vraag een score van 4.47. Eén van de oorzaken kan zijn dat de proefpersoon de stellingen over doel- en gedragsattitudes meeneemt als argumentatie. Een mogelijke reden waarom de lage score alleen het geval is met de advertentie met

Standaardnederlands, is omdat de proefpersoon in de conditie met Etnisch Nederlands afgeleid is door de talige variatie.

Met betrekking tot de correlatie tussen doel- en gedragsattitudes moet er gesteld worden dat het niet hoeft te zijn dat doelattitudes een causaal verband hebben met gedragsattitude. Er zijn namelijk veel andere indirecte variabelen die invloed hebben op de overtuigingen. Het verband tussen gedragsattitude en gedragsintentie is hoogstwaarschijnlijk wel causaal, omdat gedragsattitude één van de drie belangrijke determinanten is.

De bovenstaande kanttekeningen brengen mogelijkheden voor toekomstig onderzoek met zich mee. Zoals te zien is in figuur 2 zijn er in dit onderzoek maar vier blokken getest. Om te onderzoeken of de stereotypen, attitudes en vooroordelen inderdaad van invloed zijn op doelattitudes, kan daar in volgend onderzoek naar gevraagd worden. Daarnaast is het interessant om de link tussen doel- en gedragsattitudes te onderzoeken. Tevens is het interessant om onderzoek te doen naar de overtuigingen die gevormd zijn door de indirecte variabelen en doelattitudes.

Ten slotte is het interessant om de overige indirecte variabelen te onderzoeken uit het model van Fishbein en Yzer. Demografische variabelen, cultuur, persoonlijkheid en invloed van de media kunnen ook mogelijk van invloed zijn op het vormen van overtuigingen. De media speelt zeker een grote rol in het beïnvloeden van overtuigingen. Etnische groeperingen komen namelijk regelmatig in het nieuws. Eén van de andere determinanten van gedrag is de waargenomen norm. De waargenomen norm is zeker van invloed op gedragsintentie. Eén van de redenen waarom deze niet bevraagd is in dit onderzoek, is de mogelijke invloed van de norm op de antwoorden van de stellingen.

7. Conclusie

De vraag die centraal stond in dit onderzoek was als volgt: *In welke mate beïnvloedt het gebruik van het Etnisch Nederlands de overtuigingskracht van een advertentie?* Om deze vraag te kunnen beantwoorden zijn er 5 deelvragen opgesteld. Deze vragen zijn gedeeltelijk gebaseerd op het model van Fishbein en Yzer. In de onderstaande alinea's wordt er antwoord gegeven op de deelvragen en bijbehorende hypothesen. Uit de resultaten blijkt dat het model van figuur 2 bevestigd is.

De eerste deelvraag uit het experiment is als volgt: *Identificeert de proefpersoon de etniciteit van de schrijver?* Om dit te onderzoeken is er in de enquête gevraagd naar de voorontstelde herkomst van de schrijver van de advertentie. De eerste hypothese hierbij is: *De proefpersoon identificeert de etniciteit van de schrijver van de advertentie met Etnisch Nederlands als Marokkaans, Turks of Surinaams.* Uit de resultaten blijkt dat de proefpersonen in 66% van de gevallen Marokkaans, Turks of Surinaams als mogelijke herkomst hebben gegeven. Echter, als de etniciteit Antillen wordt toegevoegd is dit 80%. Tevens wordt de etniciteit van de schrijver van de conditie met Etnisch Nederlands als meer Marokkaans, Turks, Surinaams of Antilliaans beoordeeld dan de conditie met Standaardnederlands. Hiermee wordt de eerste hypothese bevestigd. Het feit dat de proefpersoon de schrijver niet een enkele etniciteit toebedeeld, illustreert het fenomeen dat een multi-etnolect niet door een enkele etniciteit wordt gesproken. De tweede hypothese was: *De proefpersoon identificeert de etniciteit van de schrijver van de advertentie met Standaardnederlands als Nederlands.* 23 van de 32 proefpersonen in de conditie Standaardnederlands gaven Nederlands als voorontstelde herkomst van de schrijver van de advertentie. Daarnaast wordt de etniciteit van de schrijver van de conditie met Standaardnederlands als meer Nederlands beoordeeld dan de conditie met Etnisch Nederlands. Hiermee is ook de tweede hypothese bevestigd.

De tweede deelvraag is als volgt: *Wat zijn de doelattitudes over beide variëteiten?* De bijbehorende hypothese is: *De advertentie met Standaardnederlands heeft hogere doelattitudes dan de variëteit met Etnisch Nederlands.* De schrijver van de advertentie met Etnisch Nederlands werd ingedeeld in een 'etnische groep'. Deze groep is etniciteit overstijgend. Tegenover deze groep bestaan er stereotypen, vooroordelen en attitudes, welke betrokken worden op het individu. Het blijkt uit de resultaten dat deze stereotypen, attitudes en vooroordelen over de gehele sociale groep waarschijnlijk invloed uitoefenen op de doelattitudes tegenover één zogenaamd lid van de sociale categorie. De schrijver van de advertentie met Standaardnederlands is beoordeeld als netter, betrouwbaarder en er wordt

aangenomen dat deze vaker tijd betaalt dan de schrijver van de advertentie met Etnisch Nederlands. De enige attitude die niet significant verschilt is vriendelijkheid. De derde hypothese is bevestigd voor drie van de vier doelattitudes.

Eén van de drie determinanten van gedragsintentie is de gedragsattitude. De deelvraag die hierbij hoort is als volgt: *Wat zijn de gedragsattitudes over beide variëteiten?* Met de bijbehorende hypothese: *De advertentie met Standaardnederlands heeft hogere gedragsattitudes dan de variëteit met Etnisch Nederlands.* De doelattitudes uit de vorige vraag hebben invloed op de overtuigingen van de proefpersoon. Deze overtuigingen beïnvloeden de gedragsattitude. Uit de resultaten blijkt dat de proefpersoon het verstandiger en slimmer vindt om zijn woning te verhuren aan de schrijver van de advertentie met Standaardnederlands. Tevens is het een betere keuze. Hierdoor is de hypothese bevestigd. Daarnaast is er een significante correlatie tussen doel- en gedragsattitudes. Dit betekent dat proefpersonen die doelattitudes hoog beoordelen, over het algemeen ook gedragsattitudes hoog beoordelen. Dit ondersteunt de zesde hypothese.

Om overtuigingskracht te onderzoeken is de gedragsintentie gemeten. De bijbehorende onderzoeksvraag is als volgt: *Hoe hoog is de overtuigingskracht van beide variëteiten?* De hypothese hierbij is: *De advertentie met Standaardnederlands heeft hogere gedragsattitudes dan de variëteit met Etnisch Nederlands.* De gedragsattitude is een sterke voorspeller voor gedragsintentie. De proefpersoon is eerder van plan om zijn huis te verhuren aan de schrijver van de advertentie met Standaardnederlands, dan de advertentie met Etnisch Nederlands. Hiermee wordt de hypothese bevestigd. Tevens correleert gedragsattitude met gedragsintentie, waardoor de zesde hypothese is bevestigd.

Het gebruik van een niet-standaard variëteit beïnvloedt de overtuigingskracht van de advertentie. De resultaten uit deze thesis illustreren de operationalisering van het model van Fishbein en Yzer. Ondanks dat de doelattitudes geen sterke voorspeller zijn van gedragsattitude, is er wel een significante correlatie. Uit het theoretisch kader blijkt dat de gedragsattitude en de waargenomen norm de belangrijkste voorspellers voor overtuigingskracht blijken. In dit onderzoek is de waargenomen norm buiten beschouwing gelaten. De schrijver van de niet-standaard variëteit ontvangt lagere doel- en gedragsattitudes, wat resulteert in een lagere overtuigingskracht. Dit is in overeenstemming met het model van Fishbein en Yzer.

Met dit experiment is er aangetoond dat het gebruik van Etnisch Nederlands nadelig kan zijn. Ten eerste is men in staat om taalkenmerken te koppelen aan bepaalde etniciteiten. Leden van deze etniciteiten ontvangen lagere doelattitudes dan sprekers van de standaard

variëteit. Deze doelattitudes hebben invloed op overtuigingen. Tevens ontvangt de schrijver van de advertentie met Etnisch Nederlands lagere gedragsattitudes. Deze twee soorten attitudes staan met elkaar in verband. Tot slot heeft de proefpersoon een lagere gedragsintentie om de schrijver van de advertentie met Etnisch Nederlands in zijn huis te nemen dan de schrijver van de advertentie met Standaardnederlands. Hiermee is aangetoond dat taalattitudes niet alleen over accenten maar ook over geschreven constructen kunnen worden gemeten. Daarnaast toont dit onderzoek aan dat het gebruik van een niet-standaard variëteit de overtuigingskracht beïnvloedt.

Bibliografie

- Altschul, I., Oyserman, D., & Bybee, D. (2006). Racial-ethnic identity in mid-adolescence: Content and change as predictors of academic achievement. *Child Development, 77*, 1155–1169.
- Appel, R., & Muysken, P. (1987). *Bilingualism and language contact*. London: Edward Arnold, 18.
- Blalock, H. M. (1967). *Toward a theory of minority group relations*. New York: John Wiley and Sons
- Blom, A. 1994. Het ondoorgrondelijk bijvoeglijk naamwoord. *Forum der Letteren 35*(2), 81-94
- Brehm, S. S., Kassin, S. M., & Fein, S. (2005). *Social Psychology* Boston. Massachusetts: HoughtonMifflin Company.
- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2016a). *Bevolking naar migratieachtergrond*. Verkregen op <https://www.cbs.nl/nl-nl/achtergrond/2016/47/bevolking-naar-migratieachtergrond>
- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2016b). *Jaarrapport integratie 2016*. Retrieved from https://www.cbs.nl/-/media/pdf/2016/47/2016b5_jaarrapport_integratie_2016_web.pdf
- Chambers, J.K. (2003) *Sociolinguistic theory* (2nd edn). Oxford/New York: Blackwell
- Chavous, T., Bernat, D., Schmeelk-Cone, K., Caldwell, C., Kohn-Wood, L., & Zimmerman, M. (2003). Racial identity and academic attainment among African American adolescents. *Child Development, 74*, 1076 – 1090.
- Clyne, M. (2000). Lingua Franca and etnolects in Europe and beyond. *Sociolinguistica, 14*, 83-89
- Coenders, M., Lubbers, M., Scheepers, P., & Verkuyten, M. (2008). More than two decades of changing ethnic attitudes in the Netherlands. *Journal of Social Issues, 64*(2), 269-285.
- Cornips, L. (2002). Etnisch Nederlands in Lombok. In: Bennis, H., Extra, G., Nortier, J. (eds), & Muysken, P. C. *Een buurt in beweging: talen en culturen in het Utrechtse Lombok en Transvaal* (pp. 285-302). Amsterdam: Aksant.
- Dorleijn, M & Nortier, J. (red.) (2005). ‘Turks- en Marokkaans-Nederlands’ In: N. van der Sijs (eds.) *Wereldnederlands; oude en jonge variëteiten van het Nederlands* (pp. 149-185). Den Haag, SDU
- Dorleijn, M., & Nortier, J. (2006). Het Marokkaanse accent in het Nederlands: Marker of indicator. In *Artikelen van de Vijfde Sociolinguïstische Conferentie* (pp. 138-148).

- Dorleijn, M. & Nortier, J. (2008). The hand and the glove. Code and style as bilingual options among young people of Turkish and Moroccan descent in the Netherlands. In: Jens Normann Jørgensen and Vally Lytra (eds.), *Multilingualism and Identities across Contexts*, (pp 109-128). Copenhagen: Copenhagen Studies on Bilingualism 45.
- Douma, P. (1994). Wees zo concreet mogelijk. Schrijfadvisers over concreet en abstract taalgebruik. *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, 16(1), 16-31
- Edwards, J. (1999). Refining our understanding of language attitudes. *Journal of Language and Social Psychology*, 18(1), 101-110.
- Fishbein, M., & Yzer, M. C. (2003). Using theory to design effective health behavior interventions. *Communication theory*, 13(2), 164-183.
- Frissen, P. H. A., Harchaoui, S., van Diepen, A., & Janssens, R. (2012). Tussen afkomst en toekomst. Etnische categorisering door de overheid. Briefadvies aan de minister van Immigratie, Integratie en Asiel.
- Geval, T. S. (2011). *Etnische variëteiten in het Nederlands 'Leuk', 'opvallend', 'apart' en andere indrukken uit het Nederlandse taalgebied* (Master thesis, Universiteit Utrecht, Utrecht, Nederland).
- Grondelaers, S., van Gent, P., & van Hout, R. (2015). Is Moroccan-flavoured Standard Dutch standard or not? On the use of perceptual criteria to determine the limits of standard languages. *Responses to Language Varieties: Variability, processes and outcomes*, 39, 191.
- Hendriks, B., Starren, M., Hoeken, H., Van den Brandt, C., Le Pair, R., & Nederstigt, U. (2005). Stijl, cultuur en overtuigingskracht. De invloed van culturele stijlvverschillen op de overtuigingskracht van een fondswervingsbrief. *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, 19(4), 338-357.
- Hinskens, F. (2011). Emerging Moroccan and Turkish varieties of Dutch. In Kern, F., & Selting, M. (Eds.). *Ethnic styles of speaking in European metropolitan areas* (Vol. 8) (pp 101 – 129). John Benjamins Publishing.
- Hoeken, H., Hornikx, J., & Hustinx, L. (2012). *Overtuigende Teksten*. Bussum: Coutinho.
- Hooghe, M., Trappers, A., Meuleman, B., & Reeskens, T. (2008). Migration to European countries: A structural explanation of patterns, 1980–2041. *International Migration Review*, 42(2), 476-504.
- Horvath, B. (1985). *Variation in Australian English*. Cambridge: Cambridge University Press
- Howard, D.J. (1990). Rhetorical question effects on message processing and persuasion: The role of information availability and the elicitation of judgment. *Journal of experimental social psychology*, 26(3), 217-239
- Jaspers, J. (2008). Problematizing ethnolects: Naming linguistic practices in an Antwerp secondary school. *International Journal of Bilingualism*, 12(1-2), 85-103.

- Meuleman, B., Davidov, E., & Billiet, J. (2009). Changing attitudes toward immigration in Europe, 2002–2007: A dynamic group conflict theory approach. *Social science research*, 38(2), 352-365.
- Meyerhoff, M. (2011). *Introducing sociolinguistics*. London: Routledge.
- Miller, C. H., Lane, L. T., Deatrack, L. M., Young, A. M., & Potts, K. A. (2007). Psychological reactance and promotional health messages: The effects of controlling language, lexical concreteness, and the restoration of freedom. *Human Communication Research*, 33(2), 219-240.
- Mos, J. C. (2010). *Antilliaans, Engels of een ander accent; wat heeft de voorkeur? Een attitudeonderzoek naar de Nederlandse uitspraak van NT2-sprekers* (Master thesis, Universiteit Utrecht, Utrecht, Nederland).
- Nortier, J., & Dorleijn, M. (2008). A Moroccan accent in Dutch: A sociocultural style restricted to the Moroccan community? *International Journal of Bilingualism*, 12(1-2), 125-142.
- Nortier, J., & Dorleijn, M. (2013). Multi-ethnolects: Kebabnorsk, Perkerdansk, Verlan, Kanakensprache, Straattaal, etc. In P. Bakker, & Y. Matras (Eds.). *Contact languages: a comprehensive guide* (pp. 229-271). Boston: De Gruyter Mouton.
- Plevoets, K., D. Speelman en D. Geeraerts. 2009. De verspreiding van de -e(n)-uitgang in attributieve positie. *Taal en Tongval* 22, 112-143
- Ridder, J. (2012). *Het is maar hoe je het zegt. Attitudeonderzoek naar de buitenlandse accenten van NT2-sprekers* (Bachelor thesis, Universiteit Utrecht, Utrecht, Nederland).
- Ruette, T., & Van de Velde, F. (2013). Moroccorp: tien miljoen woorden uit twee Marokkaans-Nederlandse chatkanalen. *Lexikos*, 23(1), 456-475.
- Sadoski, M., Goetz, E. T., & Rodriguez, M. (2000). Engaging texts: Effects of concreteness on comprehensibility, interest, and recall in four text types. *Journal of Educational Psychology*, 92(1), 85.
- Sherif, M., & Sherif, C. W. (1969). *Social psychology*. New York: Harper & Row.
- Swanenberg, J., & Meulepas, J. (2011). Het nieuwe Brabants. Een onderzoek naar diversiteit in taal en cultuur onder jongeren in Noordoost-Brabant. *Taal en Tongval*, 63(2), 303-327.
- Tajfel, H., & Turner, J. (1979). An integrative theory of intergroup Conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33–47). Monterey, CA: Brooks/Cole.
- Tummers, J., D. Speelman en D. Geeraerts. (2004). Quantifying Semantic Effects. The Impact of Lexical Collocations on the Inflectional Variation of Dutch Attributive Adjectives.

- In G, Purnelle, C, Fairon en A. Dister (Eds.). *Le poids des mots* (pp. 1079-1088). Louvain-la-Neuve: Presses Universitaires de Louvain.
- Tummers, J., D. Speelman en D. Geeraerts. 2005. Inflectional Variation in Belgian and Netherlandic Dutch: A Usage-based Account of the Adjectival Inflection. Delbecque, N., J. van der Auwera en D. Geeraerts (Reds.). 2005. *Perspectives on Variation. Sociolinguistic, Historical, Comparative*: 93-110. Berlijn: Mouton de Gruyter
- Weerman, F. 2003. Een mooie verhaal; veranderingen in uitgangen. Stroop, J. (Red.). 2003. *Waar gaat het Nederlands naartoe? Panorama van een taal*, 249-260. Amsterdam: Bert Bakker
- Wood, W., & Quinn, J. M. (2003). Forewarned and forearmed? Two meta-analysis syntheses of forewarnings of influence appeals. *Psychological Bulletin*, 129(1), 119.
- Verkuyten, M., & Thijs, J. (2002). Racist victimization among children in the Netherlands: The effect of ethnic group and school. *Ethnic and Racial Studies*, 25(2), 310-331.
- Ziemann, H., F. Weerman en E. Ruigendijk. 2011. Nederlands later geleerd: gebruik van lidwoorden en flexie van bijvoeglijke naamwoorden door Duitstalige kinderen en volwassenen. *Internationale Neerlandistiek* 49(3), 183-207.

Bijlagen

Bijlage 1: Marktplaats

 **Marktplaats** Alle groepen...

Beschrijving

Compleet gemoderniseerd Hongaars huis te koop in Dravatamasi Zuidwest Hongarije

Volledig gemoderniseerd huis te koop in Zuidwest Hongarije, in een rustig gebied vlakbij de Dráva. De woning is van alle moderne gemakken voorzien, waaronder een op maat gemaakte grenen keuken, moderne badkamer, veranda en een zonrijk terras naast het huis. Het huis heeft een nieuw dak, de muren zijn opnieuw gestuct, nieuwe waterleidingen, nieuw elektra, nieuwe kunststof ramen, nieuwe rolluiken en horren en een centrale verwarming aangesloten op de gezellig warme houtkachel in de woonkamer.

Voor zowel permanente bewoning als wel vakantiewoning is het huis geschikt gemaakt. De woning is sleutelklaar en kan direct na de overdracht bewoond worden, wat het tot een buitenkans maakt.

Aan de woning is een overdekte veranda, met de ingang van **de huis**. Het huis komt u binnen in de hal met daaraan de woonkamer, slaapkamer en keuken. De woning wordt verwarmd door middel van een houtkachel in de woonkamer die aangesloten is op de centrale verwarming.

Het huis is van alle moderne gemakken voorzien, waaronder nieuwe leidingen, nieuwe elektriciteit, nieuw dak, nieuwe rolluiken en een ambachtelijk vervaardigde op maat gemaakte houten keuken. Water wordt verwarmd door een elektrische boiler in de voorraadkamer. In de keuken is nog een mini-boiler voor snel heet water. Aan de keuken is de voorraadkamer en daarnaast moderne badkamer met toilet. Gezien de korte afstand tussen de badkamer en de boiler in de voorraadkamer, heeft u snel warm water. Bij de renovatie van het huis is aan alles gedacht.

Achter het huis is een enorme lap grond dat momenteel in gebruik is door een lokale boer maar eventueel direct opeisbaar. De grond is ideaal om gedeeltelijke zelfvoorziening te realiseren, het houden van vee en kleinvee of het aanplanten van een privé-bos voor eigen brandhout. De tuin zelf is geheel omheind, ideaal wanneer u bijvoorbeeld een hond heeft om vrij rond te laten lopen. Gezien de oppervlakte kan ook aan een combinatie van deze activiteiten gedacht worden. In ieder geval zijn er genoeg mogelijkheden.

2017-5-4

≥ Denver action cam - Videocamera's | Sport- en Actiecamera's - Marktplaats.nl

Beschrijving

Een mooie camera met een water dichte hoes en een lader

Hij werkt op een accu die in de camera zit kan er niet uit

De denver action cam is op teladen met een adapter of in u pc hij kan foto's maken en mooie scherpe film kwaliteit

Er kan ook nog eens een sd kaart in daar sla de filmpje en de foto's mee op

Een mooi bod een mooie prijs

Is hij van u

Lees volledige beschrijving [Beschrijving inklappen](#)

Deel deze advertentie via:

<http://link.marktplaats.nl/m11>

[Bewaar](#)

Advertentienummer: m1140504373

Rapporteer deze advertentie

Nek massage met warmte, nieuw in doos.

15 0 30 apr. '17, 11:25

Bewaar

Bieden



1 foto's

Levering

Ophalen of Verzenden

Bericht

Kenmerken

Conditie : Nieuw

Type : Apparaat

Beschrijving

Nek massage apparaat die ook warm ingesteld kan worden.
Nieuw in doos.
Werkt op stroom en op batterijen.

Verkoop hem omdat ik hem nog nooit heb gebruikt.

Ik heb hem gekocht voor 38.95

Gaat weg tegen elk aannemelijk bod.

[Beschrijving inklappen](#)

Deel deze advertentie via:

Jel.

4 jaar actief op Marktplaats

[Bekijk meer advertenties](#)

Kollumerzwaag, FR

Bieden

(hoger dan € 0,00)

Geen biedingen geplaatst.

Anderen bekeken



**Behandelstoel met
verstelbaar rug-en
voetendeel wit**
€ 142,99

Heel Nederland



**Massagetafel, Massage
tafel, 3 zones, Vouwbaar,
hout**
€ 79,99

Heel Nederland



**Massagetafel
massagebank + 2
rolkussen + draagtas wit**
€ 112,90

Heel Nederland

**Jacknobber**

€ 8,90

Heel Nederland



**Hersenen
(regionaal/functioneel, 5-
delig)**
€ 89,90

Heel Nederland

Bijlage 2: Moroccorp

1) Attributief gebruik van adjectief:

redadubai ik ben opzoek na een **mooi**e meisje
Marouanee ewaa snapnietv is een **goei**e meisje
Marouanee liina jij bent zeker een **goei**e meisje?
ScheleSmurf Chinees: is een **marokkaanse** meisje

2) Het gebruik van *de*.

Ainzohra_Ziekkk OUTsider dat kan , ik heb het hier in **de** boek staan
BABA die filmer van **de** filmpje is haar broer?!
Tupac_Shakur **de** beste liedje van tupac is

3) (a) Het gebruik van het aanwijzend voornaamwoord die in plaats van dat voor naamwoorden die onzijdig zijn.

de_liefste en **die** meisje is geen vrouw
Thee-drinker **die** meisje gaat kapot
LangeTawayagetsh of **die** meisje die blonde hare
Forlan Snoopy: gaan we **die** meisje slaan

(b) Het gebruik van het betrekkelijk voornaamwoord *die* in plaats van *dat*.

katendrecht IK ZOEK EEN MEISJE **DIE** MIJ LEFEN VERANDERT
StoneeeeeeddddMeisje **die** voor je betaalt is echt vernederend whollah
ijsman24denhaag die meisje **die** graamt heeft op basis school kom haar nog tegen
krijg geen nacht merie van haar
Kiz25 je bent zoon meisje **die** nog in de wangen ken knijpen

Bijlage 3: Advertentie woonruimte gezocht Marktplaats

Gezocht woonruimte voor 70+ heer-weduwnaar regio Veluwe

42 1 13 mei '17, 08:31

Bewaar

N.o.t.k.

GEEN FOTO

Tip: Vraag de verkoper of je de foto's kunt zien.

0 foto's

Bericht

Beschrijving

Door droeve (financiële) omstandigheden gaat het huis waar een (sinds een jaar) weduwnaar - heer van 71 al meer dan 30 jaar woont, buiten zijn schuld verkocht worden. Om die reden is hij op zoek naar vaste woonruimte waar hij met zijn twee middelgrote honden en 1 kat indien mogelijk de rest van zijn leven kan blijven wonen. Het liefst met een tuin en een vast huurcontract zodat inschrijving in de GBA mogelijk is en ook het aanvragen van woon/huurtoeslag. Hij heeft alleen aow en een heel klein pensioen. Zou eventueel als conciërge werkzaam kunnen zijn (tuinwerkzaamheden of oppassen op de nabij gelegen woning) in ruil voor een deel van de kosten van de huur, hoe eea inhoud zou kunnen krijgen is uiteraard bespreekbaar. Hij heeft zijn hele leven paarden in het bezit gehad en is ruiter geweest op hoog niveau. Zijn opleidingsniveau is universitair. Tot na zijn aow leeftijd werkzaam geweest als directeur van mkb bedrijf en heeft nog steeds een uitstekende conditie. Wel is er i.v.m. de kleinkinderen een voorkeur voor de regio Gelderland, maar andere regio's zijn uiteraard ook welkom en bespreekbaar.

Graag alleen serieuze reacties!

[Beschrijving inklappen](#)

Deel deze advertentie via:

Bijlage 4: Advertenties met manipulaties

Tabel 14: Manipulaties

Nummer	Manipulatie	Voorbeeld
1	Attributief gebruik adjectieven	Een mooie meisje
2	<i>De</i>	De boek
3	Aanwijzend <i>die</i>	Bij die ziekenhuis
4	Betrekkelijk <i>die</i>	Het huis die ik zoek
5	Omissie <i>het</i>	In Turkije maakt niet uit

Versie Standaardnederlands - Nette huurder zoekt nieuwe woning voor zijn gezin.

Goedendag, ik ben een nette man van 28 jaar oud. Ik zoek een woning voor mijn gezin. Naast een vrouw heb ik een lief meisje van 3 jaar oud. Op dit moment woon ik in Amsterdam-Noord. Omdat mijn huurcontract afloopt van het huis waar ik nu in woon, ben ik opzoek naar een nieuwe woning. Ook was dat oude huis te klein voor ons gezin. Ik heb een vast inkomen en mijn vrouw ook.

Het huis dat ik zoek moet twee slaapkamers hebben. Daarnaast moet het in de buurt van de snelweg liggen. Een tuin heeft wel de voorkeur, maar is niet nodig. Het huur bedrag dat we kunnen betalen is tussen de 800-1200 euro. Daarom zoek ik een goedkoop rijtjeshuis.

Mijn gezin en ik zijn erg netjes. We hebben geen huisdieren. We betalen op tijd en zijn vriendelijk, daardoor heb ik altijd te horen gekregen dat we zeer fijne en nette huurders zijn.

Bent u opzoek naar een nette huurder? Bel mij op 06-██████████.

Mvg,

██████████

Versie Etnisch Nederlands - Nette huurder zoekt nieuwe woning voor zijn gezin.

Goedendag, ik ben een nette man van 28 jaar oud. Ik zoek een woning voor mijn gezin. Naast een vrouw heb ik een lieve meisje van 3 jaar oud. Op dit moment woon ik in Amsterdam-Noord. Omdat mijn huurcontract afloopt van de huis waar ik nu in woon, ben ik opzoek naar een nieuwe woning. Ook was die oude huis te klein voor ons gezin. Ik heb een vast inkomen en mijn vrouw ook.

Het huis die ik zoek moet twee slaapkamers hebben. Daarnaast moet ∅ in de buurt van de snelweg liggen. Een tuin heeft wel de voorkeur, maar is niet nodig. De huur bedrag dat we kunnen betalen is tussen de 800-1200 euro. Daarom zoek ik een goedkope rijtjeshuis.

Mijn gezin en ik zijn erg netjes. We hebben geen huisdieren. We betalen op tijd en zijn vriendelijk, daardoor heb ik altijd te horen gekregen dat we zeer fijne en nette huurders zijn.

Bent u opzoek naar een nette huurder? Bel mij op 06-██████████.

Mvg,

██████████

Beschrijving

Nette huurder zoekt nieuwe woning voor zijn gezin.

Goedendag, ik ben een nette man van 28 jaar oud. Ik zoek een woning voor mijn gezin. Naast een vrouw heb ik een lief meisje van 3 jaar oud. Op dit moment woon ik in Amsterdam-Noord. Omdat mijn huurcontract afloopt van het huis waar ik nu in woon, ben ik opzoek naar een nieuwe woning. Ook was dat oude huis te klein voor ons gezin. Ik heb een vast inkomen en mijn vrouw ook.

Het huis dat ik zoek moet twee slaapkamers hebben. Daarnaast moet het in de buurt van de snelweg liggen. Een tuin heeft wel de voorkeur, maar is niet nodig. Het huur bedrag dat we kunnen betalen is tussen de 800-1200 euro. Daarom zoek ik een goedkoop rijtjeshuis.

Mijn gezin en ik zijn erg netjes. We hebben geen huisdieren. We betalen op tijd en zijn vriendelijk, daardoor heb ik altijd te horen gekregen dat we zeer fijne en nette huurders zijn. Bent u opzoek naar een nette huurder? Bel mij op [REDACTED]


Mvg,

[REDACTED]

Deel via:



<https://link.marktplaats.nl/m11716189>

 Bewaar

Beschrijving

Nette huurder zoekt nieuwe woning voor zijn gezin.

Goedendag, ik ben een nette man van 28 jaar oud. Ik zoek een woning voor mijn gezin. Naast een vrouw heb ik een lieve meisje van 3 jaar oud. Op dit moment woon ik in Amsterdam-Noord. Omdat mijn huurcontract afloopt van de huis waar ik nu in woon, ben ik opzoek naar een nieuwe woning. Ook was die oude huis te klein voor ons gezin. Ik heb een vast inkomen en mijn vrouw ook.

Het huis die ik zoek moet twee slaapkamers hebben. Daarnaast moet in de buurt van de snelweg liggen. Een tuin heeft wel de voorkeur, maar is niet nodig. De huur bedrag dat we kunnen betalen is tussen de 800-1200 euro. Daarom zoek ik een goedkope rijtjeshuis.

Mijn gezin en ik zijn erg netjes. We hebben geen huisdieren. We betalen op tijd en zijn vriendelijk, daardoor heb ik altijd te horen gekregen dat we zeer fijne en nette huurders zijn.

Bent u opzoek naar een nette huurder? Bel mij op 06-[REDACTED]


Mvg,

[REDACTED]

Deel via:



<https://link.marktplaats.nl/m11707399>

 Bewaar

Bijlage 5: Vragenlijst

Enquête huren

Welkom bij deze enquête. Bedankt dat je wilt meedoen!

Deze enquête zal in totaal maximaal 5 minuten duren. Het is belangrijk om te weten dat er geen goede of slechte antwoorden zijn. Daarbij zijn de antwoorden anoniem en is het ook bij de onderzoekers onbekend van wie de antwoorden komen.

Op de volgende pagina staat een scenario. Je krijgt daarna een advertentie te lezen. Wij stellen je een paar vragen over deze advertentie. In totaal is er één pagina met vragen over het onderzoek en één pagina met algemene gegevens.

Er zijn 16 vragen in deze enquête.

***Vereist**

Scenario

Je hebt een rijtjeshuis in Amsterdam. Zelf ga je verhuizen naar een ander huis. In plaats van het huis te verkopen, besluit je het te verhuren. Via Marktplaats.nl ga je op zoek naar advertenties van mensen die een huurwoning zoeken in Amsterdam. Je komt een advertentie tegen en leest deze. Door omstandigheden heb je geen tijd om kennismakingen in te plannen. Daarom moet je afgaan op deze enkele advertentie. Zou je jouw woning verhuren aan deze huurder?

Advertentie

 **Marktplaats**

Beschrijving

Nette huurder zoekt nieuwe woning voor zijn gezin.
Goedendag, ik ben een nette man van 28 jaar oud. Ik zoek een woning voor mijn gezin. Naast een vrouw heb ik een lieve meisje van 3 jaar oud. Op dit moment woon ik in Amsterdam-Noord. Omdat mijn huurcontract afloopt van de huis waar ik nu in woon, ben ik opzoek naar een nieuwe woning. Ook was die oude huis te klein voor ons gezin. Ik heb een vast inkomen en mijn vrouw ook.

Het huis die ik zoek moet twee slaapkamers hebben. Daarnaast moet in de buurt van de snelweg liggen. Een tuin heeft wel de voorkeur, maar is niet nodig. De huur bedrag dat we kunnen betalen is tussen de 800-1200 euro. Daarom zoek ik een goedkope rijtjeshuis.

Mijn gezin en ik zijn erg netjes. We hebben geen huisdieren. We betalen op tijd en zijn vriendelijk, daardoor heb ik altijd te horen gekregen dat we zeer fijne en nette huurders zijn.

Bent u opzoek naar een nette huurder? Bel mij op 06- [REDACTED]

Mvg,
[REDACTED]

Deel via:      **Bewaar**

1. Ik ben van plan om deze huurder in mijn huis te nemen. *

Markeer slechts één ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Oneens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Eens

2. Deze persoon is ... *

Markeer slechts één ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Vriendelijk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Onvriendelijk

3. Deze persoon is ... *

Markeer slechts één ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Netjes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Rommelig

4. Deze persoon is ... *

Markeer slechts één ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Betrouwbaar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Onbetrouwbaar

5. Deze persoon gaat ... *

Markeer slechts één ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Op tijd betalen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Niet op tijd betalen

6. Het is ... om deze huurder in huis te nemen *

Markeer slechts één ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Verstandig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Onverstandig

7. Het is ... om deze huurder in huis te nemen *

Markeer slechts één ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Slim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Dom

8. Het is ... om deze huurder in huis te nemen *

Markeer slechts één ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
een goede keuze	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	een slechte keuze

9. Ik zal mijn huis aan deze huurder verhuren. *

Markeer slechts één ovaal.

	1	2	3	4	5	6	7	
Oneens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Eens

10. Wat denk je dat de herkomst is van de schrijver van de advertentie? *

Vink alle toepasselijke opties aan.

- Nederland
- Duitsland
- Indonesië
- Marokko
- Polen
- België
- Turkije
- Suriname
- Antillen
- Geen van bovenstaande antwoorden

Algemene informatie

11. Wat is je geslacht? *

Markeer slechts één ovaal.

- Man
- Vrouw
- Anders: _____

12. Wat is je leeftijd? (In dit veld mogen alleen cijfers ingevoerd worden) *

13. Wat is je hoogstgenoten opleiding? *

Markeer slechts één ovaal.

- Geen
- Basisschool
- MBO
- HBO
- Universiteit
- Anders: _____

14. Heb je naast Nederland nog een andere herkomst? Zo ja, welke?

15. Woon je in een stad? *

Markeer slechts één ovaal.

- Ja
- Nee

16. Heb je nog overige opmerkingen over de enquête? Zo ja, vul ze hieronder in.

