Objective or Subjective: Dependent on both Source and Receiver?

Objectief of Subjectief: Afhankelijk van zowel Zender als Ontvanger?

RADBOUD UNIVERSITEIT NIJMEGEN

Het effect van *Source Credibility* en *Need for Cognition* op de evaluatie van uitingen als meer objectief of subjectief

Casper van Benthem | s1086913

casper.vanbenthem@ru.nl

Master Scriptie (LET-CIWM401)

MA Communicatie & Beïnvloeding | Faculteit der Letteren

dr. J. Hoek

11 augustus 2022

Aantal woorden: 8208

Samenvatting

In het huidige medialandschap worden berichten van verschillende bronnen door elkaar heen getoond aan het publiek, waardoor feiten en meningen moeilijk van elkaar te onderscheiden zijn. Deze bronnen hebben elk een waargenomen mate van geloofwaardigheid: de *Source Credibility* (SC). Studies suggereren dat deze SC van invloed is op de manier waarop ontvangers informatie van de bron verwerken. De persoonlijke mate van *Need for Cognition* (NFC) is een voorspeller voor de manier waarop personen informatie verwerken: centraal of perifeer. Personen met een hoge mate van NFC genieten vaak van inspannende cognitieve activiteiten, terwijl personen met een lage mate van NFC relatief weinig behoefte aan en motivatie tot het uitvoeren van cognitief zware inspanningen hebben De invloed van SC en NFC op het evalueren van uitingen als meer objectief of meer subjectief is nog niet eerder onderzocht. In het huidige onderzoek is daarom een experiment uitgevoerd om de invloed van SC en NFC op de evaluatie van objectieve – subjectieve twijfelgevallen te onderzoeken. Het experiment bestond uit een *Latin-square design* met twee lijsten. Deelnemers in de steekproef evalueerden acht uitingen (vier twijfel, vier controle) van acht verschillende bronnen, waarvan de helft met lage SC en de helft met hoge SC. Elk item kende twee vormen (hoge SC/lage SC), één vorm voor elke lijst. Deelnemers werden random toegewezen aan één van de twee lijsten. De resultaten suggereren dat een hogere SC ertoe leidt dat een boodschap als objectiever wordt ervaren, terwijl een lagere SC tot een subjectievere evaluatie leidt, ongeacht of de boodschap een objectief/subjectief twijfelgeval was of een duidelijke objectieve of subjectieve uiting. Voor de invloed van NFC (laag/hoog) werd geen (in)direct effect gevonden. Het uitblijven van een (in)direct NFC-effect zou kunnen worden verklaard doordat de steekproef vooral uit hoogopgeleiden bestond, waardoor het algehele NFC-gemiddelde relatief hoog lag vergeleken met de populatie. Met deze resultaten draagt het onderzoek bij aan de wetenschappelijke kennis rondom de thema's SC, NFC en het evalueren van uitingen als meer subjectief – objectief. Tenslotte hebben de resultaten een maatschappelijke implicatie: uitingen van bronnen die door personen onterecht worden ingeschat als hoog SC zouden onterecht als feiten kunnen worden waargenomen.

Kernwoorden: source credibility, need for cognition, subjectivity, message evaluation, Twitter

Inleiding

In de tijdlijn van Twitter zien gebruikers berichten van verschillende bronnen door elkaar heen staan. Op 6 maart 2022 plaatst het Trouw (@trouw) de volgende tweet op Twitter (1).

1) Terwijl Oekraïense burgers klem blijven zitten in de stad Marioepol en bemiddelingspogingen niks opleveren, werkt Amerika aan de levering van straaljagers.

Deze tweet is een duidelijke objectieve rapportage van de situatie in Marioepol, Oekraïne. Rond dezelfde tijd stuurt ook (de onbekende) Barry Boter (@BotlekBarry) een tweet de wereld in (2).

2) Ik heb verschrikkelijke beelden gezien vermoedelijk uit Marioepol waar burgers de stad uit vluchten.

Deze tweet is een stuk minder objectief en daarmee een stuk subjectiever dan de tweet in voorbeeld 1. Het verschil tussen deze twee tweets is duidelijk: de tweet van Trouw is een objectief feit, terwijl de tweet van Barry Boter zijn perceptie (verschrikkelijke) bevat en daarmee een subjectieve uiting is. Maar is de volgende tweet (@trouw) een objectieve of subjectieve uiting (3)?

3) Ook in het westen van Oekraïne vlakbij Polen is de oorlogsdreiging groot. De eerste raketten zijn al gevallen, de eerste doden liggen in verse graven op het plaatselijke kerkhof.

Door de evaluatie ‘De oorlogsdreiging is groot’ lijkt de tweet op een meer subjectieve uiting, maar door de voorbeelden van de situatie daarna lijkt de uiting ook objectief.

In het hedendaagse medialandschap komen mensen continu in aanraking met dit soort informatie over actuele gebeurtenissen (zoals de oorlog in Oekraïne) via diverse media als televisie en Twitter. Deze informatie presenteert zich vaak in korte berichten, zoals tweets. Deze korte berichten bevatten vaak weinig context en worden vermengd met subjectieve meningen en de reacties van personen. Taal geeft namelijk de mogelijkheid om dezelfde informatie op meerdere manieren te verpakken (Birner & Ward, 1998). Om als persoon deze informatie te

kunnen begrijpen is het onderscheiden van objectieve uitingen van subjectieve uitingen van fundamenteel belang. Zonder het maken van dit onderscheid is het moeilijk om nog te herkennen wat men wel en wat men niet moet geloven.

Uit onderzoeken blijkt echter dat individuen moeite hebben met het maken van het onderscheid tussen feitelijke uitingen en subjectieve uitingen (Fitzgerald & Baird, 2011; Mitchell et al., 2018). In de studie van Mitchell et al. (2018) beoordeelden maar 26% van de respondenten alle feitelijke uitingen als feiten, terwijl maar 35% van de meningen werden beoordeeld als mening. Het gevaar van het niet kunnen maken van het onderscheid tussen feiten en meningen ligt in de gevolgen. Als men acties onderneemt op basis van uitingen waarvan zij denken dat het feiten zijn, maar die eigenlijk geen feiten zijn, kan dit zeer negatieve gevolgen hebben. Neem bijvoorbeeld de televisiereclame van het online gokbedrijf BetCity (BetCityNL, 2022). In deze reclame wordt door een viertal bekende oud-profvoetballers (deskundigen) gesproken over gokken op voetbalwedstrijden via BetCity. Gokken via BetCity zou “een makkie” zijn. Neem daarnaast de slogan van het gokbedrijf: “speel slimmer” (zichtbaar in de commercial). Al deze uitingen kunnen door de kijker worden opgevat alsof het feiten zijn, waardoor het lijkt alsof er snel geld te verdienen is, terwijl BetCity een gokbedrijf is en winst maken onrealistisch is. Als een persoon het onderscheid tussen subjectieve uitingen en objectieve uitingen (in dit geval) niet zou kunnen maken, dan ligt geldverlies en wellicht zelfs gokverslaving op de loer.

Mensen hebben dus ogenschijnlijk veel moeite met het maken van onderscheid tussen objectieve en subjectieve uitingen. Toch is er nog maar weinig onderzoek gedaan naar de verklaringen waarom mensen zoveel moeite hebben met het maken van dit onderscheid. Aan de hand van de onderzoeksvraag “Welke factoren beïnvloeden de beoordeling van personen wanneer zij een uiting evalueren als (meer) objectief of subjectief?”, wordt getracht meer inzicht in te verkrijgen in de factoren die individuen beïnvloeden bij het maken van dit

onderscheid. Mogelijk spelen de bron gerelateerde *Source Credibility* en de persoonsgebonden *Need for Cognition* een rol in het maken van het onderscheid tussen objectieve – subjectieve uitingen.

Theoretisch kader

In linguïstisch onderzoek worden uitingen onder subjectief geschaard wanneer er naar een *Subject of Consciousness* (SoC) verwezen moet worden om de uiting te kunnen begrijpen (Hoek et al., 2021; Pander Maat & Sanders, 2000). Een SoC is meestal de bron (een persoon) van de uiting (Hoek et al., 2021). Wanneer de voorbeeldtweets over Oekraïne hierbij betrokken worden, wordt dit verschil duidelijk. (2) is een subjectieve uiting, omdat de uiting een evaluatie van een persoon bevat. Of er echt sprake was van 'verschrikkelijke beelden' kan enkel achterhaald worden door hulp van de SoC 'ik'. Vergelijk dit met het voorbeeld in (1). De geldigheid van deze uiting kan direct in de werkelijke wereld worden achterhaald, zonder dat deze afhankelijk is van een SoC. Dit type uitingen worden objectief genoemd (Hoek et al., 2021). De derde tweet (3) zorgt in dit kader voor discussie. De uiting bevat 'de oorlogsdreiging is groot', maar het is onduidelijk of de dreiging daadwerkelijk groot is, of dat een SoC deze dreiging als groot beoordeelt. Het is niet duidelijk hoe objectief of subjectief deze uiting is. De vraag is dus of men deze en soortgelijke uitingen als meer subjectief of meer objectief zullen evalueren.

De wijze waarop personen een uiting evalueren als meer objectief of subjectief zou beïnvloed kunnen worden door de geloofwaardigheid van de bron, de *Source Credibility* (SC). Bronnen zoals kranten, blogs en boeken variëren in de betrouwbaarheid en geloofwaardigheid van de inhoud van hun berichten (Sparks & Rapp, 2011). De Volkskrant (Nederlands dagblad van DPG Media) wordt bijvoorbeeld waarschijnlijk als een meer geloofwaardig verspreider van informatie beschouwd dan Ongehoord Nederland (populistische omroepvereniging). Zo kreeg

Ongehoord Nederland een sanctie van de NPO voor het verspreiden van onjuiste informatie, een schending van de journalistieke code (Van Erven, 2022). De SC bestaat uit de expertise en betrouwbaarheid van de bron, waarbij expertise verwijst naar de mate waarin een bron in staat is om correcte beweringen te doen en betrouwbaarheid verwijst naar de mate waarin personen de beweringen van de bron als aannemelijk inschatten (Petty & Wegener, 1998; Pornpitakpan, 2004; Sparks & Rapp, 2011). Wanneer personen de geloofwaardigheid van een bron evalueren, is objectiviteit één van de vijf criteria waar men de SC op moet baseren (Metzger, 2007; Metzger & Flanagin, 2013). Een hogere perceptie van objectiviteit draagt daarmee bij aan een hogere SC. Een bron met een hoge SC zal dan ook waarschijnlijk inherent als meer objectief worden gezien dan een bron met een lage SC. Deze perceptie van de inherente objectiviteit van een bron zou zich kunnen manifesteren in de evaluatie (door ontvangers) van de boodschappen die deze bron overbrengt. Op deze manier kan dit de wijze waarop ontvangers met de boodschappen van de desbetreffende bron omgaan beïnvloeden.

Mensen lijken informatie van een betrouwbare bron eerder over te nemen: personen zijn het bijvoorbeeld meer eens met de opvattingen die door geloofwaardige bronnen worden aangehangen dan opvattingen van ongeloofwaardige bronnen (Hovland & Weiss, 1951; Sparks & Rapp, 2011). Daarnaast wordt informatie van een herkende bron eerder als geloofwaardig gezien door ontvangers, doordat de ontvanger door deze herkenning als het ware een (onbewuste) sluiproute neemt bij de verwerking van de boodschap (Metzger & Flanagin, 2013). Deze (onbewuste) sluiproutes worden ook wel ‘cues’ genoemd. Wanneer personen gevoelig zijn voor (perifere) cues, zullen zij informatie regelmatiger perifeer verwerken. Het *Elaboration Likelihood Model* (ELM) stelt dat er twee verwerkingsroutes voor informatie zijn: de centrale route en de perifere route (Petty & Cacioppo, 1986). Dit houdt in dat men op verschillende manieren informatie kan verwerken. Wanneer men informatie verwerkt via de centrale route overweegt men informatie op een doordachte manier, terwijl men tijdens perifere verwerking

informatie verwerkt op basis van affectieve associaties en/of op basis van simpele conclusies die samenhangen met perifere cues (Petty & Cacioppo, 1986).

De geloofwaardigheid van een bron kan dus van invloed zijn op de wijze waarop de boodschap van de bron wordt verwerkt door de ontvanger. Hierdoor zou het zo kunnen zijn dat personen (bij twijfelgevallen) hun objectieve - subjectieve oordeel af laten hangen van de geloofwaardigheid van een bron, waarbij de SC als cue kan dienen. Dit uit zich in de volgende onderzoeksvraag (OV 1) en bijbehorende deelvraag (OV 1*).

OV 1: Beïnvloedt de *Source Credibility* van de bron of een uiting als meer objectief of meer subjectief wordt geëvalueerd?

OV 1*: Beïnvloedt de *Source Credibility* van de bron enkel in twijfelgevallen of een uiting als meer objectief of meer subjectief wordt geëvalueerd?

De verwachting bij onderzoeksvraag 1 is dat, bij twijfelgevallen, uitingen van een bron met een hoge SC als meer objectief worden geëvalueerd, terwijl uitingen van een bron met een lage SC als meer subjectief worden geëvalueerd. OV 1* is enkel relevant wanneer deze verwachting uitkomt. Aan de hand van OV 1* kan worden onderzocht of een effect van SC enkel in twijfelachtige situaties of ook in duidelijke situaties optreedt. De theorie duidt vooral op effecten wanneer er sprake is van een twijfelgeval en/of dubbelzinnige situatie, waardoor er wordt verwacht dat een effect van SC enkel in twijfelgevallen optreedt.

Welke van de twee verwerkingsroutes wordt doorlopen is echter ook afhankelijk van een persoonskenmerk: de *Need for Cognition* (NFC: Cacioppo & Petty, 1982). NFC verwijst naar de mate waarin personen verschillen in de wijze waarop zij omgaan met en genieten van cognitief inspannende activiteiten (Cacioppo & Petty, 1982; Petty et al., 2009). Sommige

personen hebben relatief weinig behoefte aan en motivatie tot het uitvoeren van cognitief zware inspanningen en hebben dus een lage NFC (Petty et al., 2009). Andere personen hebben deze motivatie en behoefte juist wel en halen voldoening uit cognitieve inspanning, waardoor zij een hoge NFC hebben (Petty et al., 2009). De NFC van een individu speelt hierdoor een rol in de verwerkingsroute die een persoon waarschijnlijk zal doorlopen tijdens het verwerken van informatie. Verwerking via de centrale route zorgt voor een diepere verwerking dan verwerking via de perifere route, waardoor uitkomsten uit de centrale route stabieler zijn over tijd. Perifere verwerking kost de verwerker daarentegen minder moeite.

De mate waarin een persoon nadenkt over de informatie in een boodschap wordt ook wel elaboratie genoemd (Petty & Cacioppo, 1986). Personen met een hoge NFC ervaren elaboratie meestal als prettig en zijn tot elaboratie gemotiveerd, in tegenstelling tot personen met een lage NFC, die elaboratie vaak als onprettig ervaren en daardoor meestal pas dieper gaan verwerken als zij daartoe worden gestimuleerd (Petty et al., 2009). Personen met een hoge mate van NFC zullen informatie daarom vaker centraal verwerken dan personen met een lage mate van NFC, terwijl personen met een lage mate van NFC vaker informatie zullen verwerken via de perifere route en gevoeliger zijn voor perifere cues.

Doordat de individuele verschillen in mate van NFC van invloed zijn op de verwerking van informatie, kan de mate van NFC ook van invloed zijn op de wijze waarop personen twijfelgevallen evalueren als meer objectief of meer subjectief. Vidrine et al. (2007) vinden in hun studie naar het overbrengen van gezondheidsrisico's dat subjectieve boodschappen effectiever zijn in het veranderen van de attitude van ontvangers met een lage NFC dan hun feitelijke (objectieve) tegenhangers. Zij stellen dat deze subjectieve boodschappen effectiever werken, omdat individuen met een lage NFC meer afhankelijk zijn van en vertrouwen op hun emoties bij het evalueren van informatie (Vidrine et al., 2007; zie ook: Nikoloudakis et al., 2018). Dit verschil in informatieverwerking leidt tot de volgende onderzoeksvraag (OV 2).

OV 2: Beoordelen individuen met een lage *Need for Cognition* objectieve - subjectieve twijfelgevallen anders dan individuen met een hoge NFC?

Doordat personen met een lagere mate van NFC meer vertrouwen op en afhankelijk zijn van emoties tijdens het evalueren van informatie, zouden zij twijfelgevallen ook als meer subjectief kunnen evalueren dan personen met een hogere mate van NFC. Personen met een hogere mate van NFC vertrouwen minder op emoties bij het evalueren van informatie, waardoor hun evaluatie op een meer rationele (objectieve) basis zal plaatsvinden. Om deze reden is de verwachting bij OV 2 dat personen met een lagere mate van NFC, twijfelgevallen als subjectiever zullen beoordelen dan personen met een hogere mate van NFC (en personen met een hogere mate van NFC daarmee objectiever).

Het zou echter het geval kunnen zijn dat NFC de rol van SC in het beoordelen van objectieve – subjectieve twijfelgevallen beïnvloedt, waardoor het effect van SC anders kan zijn voor personen met een lage NFC dan voor personen met een hoge NFC. Onder sommige omstandigheden kan de geloofwaardigheid van een bron worden beschouwd als een perifere cue. SC kan werkzaam zijn als perifere cue wanneer elaboratie bij de ontvanger laag is (Priester & Petty, 1995; Tormala et al., 2007). De SC van een bron kan dus als aanwijzing (voor zo'n onbewuste sluiproute) dienen gedurende perifere verwerking. Kaufman et al. (1999) deden onderzoek naar de invloed van NFC, SC en communicatiesterkte op de perceptie van personen over een krantenartikel (in 2x2 versies van SC en communicatiesterkte). Zij vonden dat boodschappen van bronnen met een hoge SC als positiever werden ervaren door personen met een lagere mate van NFC dan boodschappen van bronnen met een lage SC, wanneer de communicatiesterke van de boodschap zwak was (zie ook: Pornpitakpan, 2004). Wanneer de communicatiesterkte sterk was of de persoon een hoge NFC had, leidde dit niet tot verschillen

(Kaufman et al., 1999). Hierbij bestond communicatiesterke uit sterke communicatie en zwakke communicatie. De sterke communicatie bevatte feitelijke uitingen en referenties naar betrouwbare bronnen zoals Harvard University. De zwakke communicatie was meer dubbelzinnig en bevatte geen referenties naar bronnen en minder feitelijke uitingen (en lijkt daarmee op een twijfelgeval).

Een hoge SC lijkt hierdoor voor personen met een lage NFC sterker als perifere cue te dienen in een onzekere, dubbelzinnige situatie. Het onderzoek van Nan (2009) suggereert dat de werkzaamheid van SC als perifere cue ook afhankelijk is van het moment waarop de ontvanger de SC vaststelt. Zij onderzocht hoe het vertrouwen van individuen in hun eigen attitude werd beïnvloed door de SC, timing (SC voor of na lezen boodschap vastgesteld) en NFC van het individu. Hieruit bleek dat deelnemers met een lage NFC significant meer vertrouwen hadden in hun eigen attitude wanneer de SC voor het lezen van de boodschap als laag werd vastgesteld door de deelnemer, vergeleken met na het lezen van de boodschap (Nan, 2009). Zij verklaarde dit effect door te stellen dat personen met een lage NFC werden gestimuleerd om zelf na te denken, wanneer de SC voor het lezen van de boodschap als laag werd ingeschat. Doordat de deelnemers met een lage mate van NFC werden gestimuleerd om zelf na te denken over de boodschap, werd hun vertrouwen in hun eigen attitude sterker (Nan, 2009). SC zou dus ook op een andere wijze als cue kunnen dienen: door personen met een lage NFC te stimuleren tot nadenken, als de SC als laag wordt ingeschat voor het lezen van de boodschap. Voor deelnemers met een hoge mate van NFC werden er geen effecten gevonden (Nan, 2009).

Hoewel het lijkt alsof de SC vooral werkt als (perifere) cue voor individuen met een lage NFC, blijkt SC ook de verwerking van personen met een hoge mate van NFC te kunnen beïnvloeden. Chaiken en Maheswaran (1994) stellen dat de geloofwaardigheid van een bron ook de centrale verwerking van ontvangers kan beïnvloeden. Zij onderzochten of de attitude

van deelnemers werd beïnvloed door de volgende factoren: het belang van de taak (laag/hoog), dubbelzinnigheid van de boodschap (sterk ondubbelzinnig/zwak ondubbelzinnig/dubbelzinnig) en SC (hoog/laag). Deelnemers met een onbelangrijke taak werden als ongemotiveerd gezien (weinig centrale verwerking, te vergelijken met laag NFC) en deelnemers met een belangrijke taak als gemotiveerd (veel centrale verwerking, te vergelijken met hoog NFC; Chaiken & Maheswaran, 1994). In de conditie met hoog-gemotiveerde deelnemers die dubbelzinnige boodschappen ontvingen, bleek SC een indirect effect te hebben op de centrale verwerking van de deelnemers. Volgens Chaiken en Maheswaran (1994) leidde een dubbelzinnige boodschap van een hoge SC, gelezen door hoog-gemotiveerde deelnemers, tot (centrale) verwerking van de boodschap met een positieve bias. Een dubbelzinnige boodschap geuit door een lage SC leidde echter tot verwerking met een negatieve bias voor hoog-gemotiveerde deelnemers. De valentie van de bias tijdens de centrale verwerking, werkte door in de gevormde attitude van de deelnemers, waardoor het effect van SC in dubbelzinnige boodschappen indirect bleek (Chaiken & Maheswaran, 1994).

Zowel perifere als centrale informatieverwerking door personen blijkt te kunnen worden beïnvloed door de SC. De evaluatie van individuen met een hoge NFC zou dus door de SC kunnen worden beïnvloed, maar dat geldt ook voor de evaluatie van individuen met een lage NFC. Deze eventuele effecten zijn echter nog niet eerder onderzocht in het evalueren van (dubbelzinnige) twijfelgevallen als meer objectief of subjectief. Het is daarom van belang om deze relatie bloot te leggen. Aan de hand van de volgende onderzoeksvraag (OV 3) zal worden onderzocht of een effect van SC verschilt tussen deelnemers met een lage of hoge NFC.

OV 3: Verschilt het effect van *Source Credibility* op de objectieve - subjectieve evaluatie van een uiting tussen deelnemers met een hoge of lage NFC?

Het indirecte effect van SC op de centrale verwerking van ontvangers lijkt alleen mogelijk onder bepaalde voorwaarden: de SC moet zijn vastgesteld vóór het lezen van de boodschap en de boodschap moet dubbelzinnig en/of twijfelachtig zijn (Chaiken & Maheswaran, 1994; Tormala et al., 2007). Daarnaast speelt ook de geloofwaardigheid van eerdere berichten van de bron mee in de kracht van het effect van SC (Petty & Wegener, 1998; Tormala et al., 2007). Voor personen met een hogere mate van NFC zou een hoge SC kunnen leiden tot een objectievere evaluatie en een lage SC tot een subjectievere evaluatie, wanneer aan bovenstaande voorwaarden wordt voldaan. De SC blijkt als perifere cue ook de perifere verwerking van personen te beïnvloeden door een hoge SC als meer valide te zien (Kaufman et al., 1999; Priester & Petty, 1995), maar ook doordat een lage SC aanzet tot nadenken wanneer deze voor het lezen van de boodschap wordt vastgesteld (Nan, 2009). Het effect van SC op personen met een lage NFC zou daardoor tot zowel een objectievere als subjectievere evaluatie kunnen leiden, afhankelijk van het moment waarop de SC wordt vastgesteld.

Het is van belang om te achterhalen of uitingen (objectief - subjectief) verschillend worden geëvalueerd, afhankelijk van de bron (hoge SC/ lage SC). In het huidige medialandschap zijn boodschappen van zowel bronnen met een hoge SC als lage SC verweven in dezelfde tijdlijn. Wanneer blijkt dat uitingen van bronnen die als hoge SC worden gezien als objectiever worden geëvalueerd, is het van belang hier rekening mee te houden in de maatschappij. Uitingen van organisaties die zich hoog SC voordoen (zoals BetCity) zouden hierdoor ten onrechte als objectief kunnen worden gezien. Het is van belang om onze maatschappij hiertegen te beschermen, zoals Ongehoord Nederland een sanctie kreeg voor het schenden van de journalistieke code door onjuiste informatie te verspreiden. Het beschermen van de maatschappij kan door organisaties te bestraffen, maar is ook mogelijk door het publiek in te lichten over de processen die spelen bij het evalueren van informatie. Op deze manier wordt het makkelijker voor een individu om informatie te evalueren. De vermenging van feiten

en meningen (zoals *fake news* van Ongehoord Nederland) is al zichtbaar in onze maatschappij. Het belang om het individu te beschermen, maar ook in staat te stellen om zijn of haar eigen conclusies te trekken wordt daarmee des te groter.

Daarnaast is het van belang om inzicht te verkrijgen in de invloed van de persoonsafhankelijke NFC. Wanneer blijkt dat personen met een lage NFC minder goed onderscheid kunnen maken tussen subjectieve en objectieve uitingen dan personen met een hoge NFC (of vice versa), is het van belang dat personen met een lage NFC ondersteund worden om dit in het vervolg wel te kunnen doen. Ten slotte is het belangrijk om inzicht te krijgen in de relatie tussen SC en NFC, omdat de invloed van SC als cue verschilt per situatie en per mate van NFC en dit nog niet eerder is onderzocht met objectieve – subjectieve twijfelgevallen.

Door meer inzicht te vergaren in de invloeden van SC en NFC in het evalueren van uitingen als meer objectief of meer subjectief, draagt het huidige onderzoek bij aan de wetenschappelijke kennis over de wijze waarop kenmerken van bron en ontvanger deze evaluatie kunnen beïnvloeden. Daarnaast vult het huidige onderzoek de bestaande literatuur over NFC en SC aan. Tenslotte is het huidige onderzoek vernieuwend: de invloed van SC en NFC is nog niet eerder onderzocht met betrekking op de evaluatie van objectieve - subjectieve twijfelgevallen, waardoor de resultaten tot nieuwe inzichten zullen leiden. De resultaten van het onderzoek kunnen worden gebruikt om mensen bewuster te maken van de processen die optreden wanneer zij in een complexe en diverse online omgeving als Twitter en andere (sociale) media, informatie tot zich nemen. Door mensen bewust te maken van deze processen, kunnen zij in staat worden gesteld om op een bewuste en overzichtelijke manier informatie te evalueren.

Methode

Onderzoeksdesign

Het experiment bestond uit een 2 (SC: hoog of laag, binnenproefpersoon) x 2 (NFC: hoog of laag, tussenproefpersoon) mixed design. Door het vormen van deze condities kon er inzicht worden verkregen in het effect van hoge/lage SC en hoge/lage NFC op de evaluatie van een uiting. Doordat NFC een persoonskenmerk is, was hier sprake van een tussen-proefpersoonvariabele. Om eventuele effecten van NFC op SC te kunnen achterhalen is er binnen SC voor een binnen-proefpersoonvariabele gekozen. Deze herhaalde metingen zijn in een *Latin-square design* gepresenteerd.

Doordat elk item twee versies kent (laag SC/ hoog SC) en dit wordt gecombineerd met herhaalde metingen worden eventuele biases als betrokkenheid gereduceerd. Een deelnemer zou bijvoorbeeld een persoonlijke vendetta kunnen hebben met de Volkskrant, waardoor hij een item van de Volkskrant als subjectiever en minder betrouwbaar zou kunnen zien. Als deze deelnemer maar aan één item (de Volkskrant) zou worden blootgesteld, zou deze bias veel invloed hebben op de resultaten. De herhaalde metingen zorgen ervoor dat de invloed van deze bias beperkt blijf, omdat de evaluatie over meerdere items wordt gemeten. Elke bron is daarnaast maar één keer aanwezig in beide lijsten.

Materiaal

Stimuli

De cruciale visuele stimuli in dit experiment bestonden uit vier gemanipuleerde tweets die onder objectieve - subjectieve twijfelgevallen kunnen worden geschaard. De visuele stimuli zijn gepresenteerd in een *Latin-square* design met twee lijsten. Iedere deelnemer zag de helft van de items met een hoge SC en de helft van de items met een lage SC (ingedeeld in één van de twee lijsten, zie bijlage I). In figuur 1 en 2 is een voorbeeld te zien van het verschil in SC tussen hetzelfde item in de twee lijsten.



Figuur 1: Voorbeelditem hoge SC: twijfelgeval



Figuur 2: Voorbeelditem lage SC: twijfelgeval

Deelnemers werden binnen de *Latin-square* lijsten in willekeurige volgorde aan de items blootgesteld. Voor de hoge SC werden vier twitterprofielen van bekende nieuwskanalen gebruikt (@trouw, @nrc, @volkskrant en @NUnl), terwijl er voor de lage SC vier onbekende profielen met minder dan duizend volgers werden gebruikt (@JohnEnckevort, @BotlekBarry, @marcloev en @MrsVanNek). In figuur 1 is een item van een hoge SC te zien en in figuur 2 van lage SC. In Bijlage I zijn de overige items van hoge en lage SC te vinden. In deze bijlage is ook de verdeling van de items in de *Latin-square* lijsten te vinden.

Om te achterhalen of de bronnen in de stimuli daadwerkelijk werden gezien als bronnen met een hoge SC en bronnen met een lage SC, werd er een pre-test uitgevoerd ($N = 10$). In deze pre-test werden de participanten gevraagd om aan te geven hoe geloofwaardig zij de bronnen achten op een 7-punts-Likertschaal. Uit deze pre-test bleek dat de hoge SC en lage SC bronnen significant van elkaar verschilden (t (9) = 8.14, $p < .001$). De beoogde hoog SC bronnen (M = 6.00, SD = .82) werden als geloofwaardiger gezien dan beoogde laag SC bronnen (M = 1.68, SD = .96). De vragenlijst van deze pre-test is te vinden in bijlage II.

Daarnaast was er sprake van vier gemanipuleerde controletweets, twee duidelijk objectief en twee duidelijk subjectief, waarbij alle controle items in de twee vormen van SC voorkwamen. Deze controle items werden gebruikt om (1) ervoor te zorgen dat de hele schaal

om de evaluatie te meten werd gebruikt, (2) om te achterhalen of deelnemers hun volledige aandacht gebruikten tijdens afname van het onderzoek en (3) om te controleren of de manipulatie van de twijfelgeval-items was geslaagd.

Zoals te zien in tabel 1 bleken alle controle items succesvol te zijn gemanipuleerd als subjectief of objectief gezien de gemiddelde evaluatie en kleinere spreiding, vergeleken met de twijfelgevallen (zie tabel 1). De manipulatie van de twijfelgevallen is echter niet volledig geslaagd. Eén van de twijfelgevallen (T3) bleek niet te worden gezien als twijfelgeval, maar als subjectief item (zie tabel 1). T3 is daarom in de analyses meegenomen als subjectief controle item. In tabel 1 is de gemiddelde evaluatie (gemiddelde per item in beide vormen van SC) per item opgenomen.

Tabel 1. De gemiddelden (en standaarddeviaties) van de evaluatie van een uiting per item (1 = objectief, 6 = subjectief)

Items		Evaluatie
Objectief	O1	1.65 (1.11)
	O2	1.66 (1.05)
Twijfel	T1	2.33 (1.59)
	T4	3.02 (1.48)
	T2	3.59 (1.67)
Subjectief	S1	4.81 (1.31)
	T3	**5.24 (1.09)**
	S2	5.50 (.75)

NFC

NFC is per deelnemer gemeten aan de hand van een Nederlandse versie van de *short Need for Cognition Scale*, naar het voorbeeld van Pieters et al. (1987). Deze vragenlijst is te vinden in Bijlage III. Om de dimensionaliteit in de (15) schalen om NFC te meten, te reduceren naar een controleerbaar aantal, is er een factoranalyse uitgevoerd. Een principale componentenanalyse met oblimin-rotatie liet een oplossing in één factor zien die 27.13% van de variantie verklaart, zie tabel 2. Vervolgens is er een betrouwbaarheidsanalyse uitgevoerd. De vijftien items die in

de huidige steekproef de NFC meten hebben een goede betrouwbaarheid (Chronbach's α = .80), zie ook tabel 2.

Tabel 2. Resultaten van principale componentenanalyse met oblimin-rotatie en de betrouwbaarheidsanalyse over de afhankelijke variabele NFC

Items	NFC
Item 2	.72
Item 13	.69
Item 1	.66
Item 3	.65
Item 12	.60
Item 5	.56
Item 10	.49
Item 6	.43
Item 4	.43
Item 7	.43
Item 14	.42
Item 15	.42
Item 8	.40
Item 9	.36
Item 11	.35
Eigenwaarden	4.07
% verklaarde var.	27.13
Chronbach's α	.80

Vervolgens is er op basis van de uitgevraagde onafhankelijke variabele NFC-score een *median split* (*m* = 3.67) uitgevoerd om de deelnemers op basis van hun NFC-score in te delen in de groep NFC-hoog (*n* = 53) of NFC-laag (*n* = 52). Deze twee groep verschillen significant in hun mate van NFC (*t* (103) = 13.11, *p* < .001). Deelnemers in de groep NFC-hoog (*M* = 4.06, *SD* = .32) hadden een significant hogere NFC dan deelnemers in de groep NFC-laag (*M* = 3.19, *SD* = .36), zie tabel 3.

Tabel 3. De gemiddelden (en standaarddeviaties) van NFC per Groep NFC (1 = minimale NFC, 5 = maximale NFC).

	Groep NFC		
	Laag	Hoog	Totaal
	n = 52	*n* = 53	*N* = 105
NFC	3.19 (.36)	4.06 (.32)	3.63 (.55)

Participanten

In totaal hebben 118 participanten deelgenomen aan het experiment. Acht participanten zijn geëxcludeerd vanwege onvoltooide deelname. Op basis van meer dan één fout in de controle items werden vijf participanten geëxcludeerd. De totale steekproef kwam hierdoor uit op 105 participanten (N = 105). De gemiddelde leeftijd in de steekproef was ongeveer 40 jaar (M = 39.86, SD = 15.43), variërend van 20 tot 68 jaar. Onder deze 105 participanten waren er 60 mannelijke deelnemers en 45 vrouwelijke deelnemers. Hbo was het meest voorkomende opleidingsniveau in de steekproef. Het opleidingsniveau varieerde van middelbare school (2.9%) tot mbo (9.5%), hbo (44.8%) en wo (42.9%). De steekproef bestond hierdoor voornamelijk uit hoogopgeleiden (87.7%). Tenslotte leerden alle 105 deelnemers al Nederlands vanaf hun geboorte.

NFC

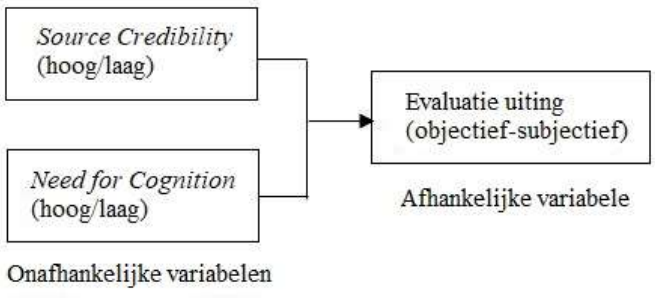
Er was geen verschil in leeftijd tussen de deelnemers in de groep hoog NFC en deelnemers in de groep laag NFC (F (1, 103) < 1, p = .603, η^2 = .00). Daarnaast was er geen verschil in geslacht tussen de twee groepen NFC (χ^2 (1) = .08, p = .778). Het opleidingsniveau verschilde significant tussen de groepen NFC (χ^2 (3) = 10.67, p = .014). Deelnemers in de groep laag NFC hadden relatief vaker het opleidingsniveau mbo (17.3%) dan deelnemers in de groep hoog NFC (1.9%). Omgekeerd hadden deelnemers in de groep hoog NFC relatief vaker een universitaire opleiding afgerond (54.7%) dan deelnemers in de groep laag NFC (30.8%). De opleidingsniveaus middelbare school en hbo droegen niet bij aan het significante verschil in opleidingsniveau tussen de twee groepen NFC. In tabel 4 zijn de percentages van opleidingsniveau per groep NFC opgenomen.

Tabel 4. De percentages van Opleidingsniveau per Groep NFC.

	Groep NFC	
	Laag	Hoog
	n = 52	*n* = 53
middelbare school (*n* = 3)	3.8%	1.9%
mbo (*n* = 10)	17.3%	1.9%
hbo (*n* = 47)	48.1%	41.5%
universiteit (*n* = 45)	30.8%	54.7%

Instrumentatie

De afhankelijke variabele die in dit onderzoek werd gemeten is de evaluatie van een uiting (objectief - subjectief). De evaluatie van een uiting is gemeten aan de hand van een 6-punts-Likertschaal (1 = objectief/feit, 6 = subjectief/mening), naar het voorbeeld van Kaiser en Wang (2021). In het experiment werden niet de termen 'objectief' en 'subjectief' gebruikt, maar de termen 'feit' en 'mening', omdat deze termen bij meer mensen bekend zijn (Kaiser & Wang, 2021). De evaluatie van een uiting werd uitgevraagd aan de hand van de stelling "Ik vind deze uiting meer een (feit – mening)". In figuur 3 is het analysemodel opgenomen. In bijlage IV is de vragenlijst van het experiment opgenomen.



Figuur 3: Analysemodel

Procedure

Het experiment is uitgevoerd via Qualtrics en werd verspreid via Whatsapp. Voorafgaand aan de vragenlijst werd aan de participanten medegedeeld dat zij een aantal tweets gingen evalueren en dat het experiment 5-10 minuten ging innemen. Aan de deelnemers werd verteld dat het experiment anoniem is, dat er geen foute antwoorden zijn en dat het experiment op elk moment mocht worden gestopt. Daarnaast werd hen getoond dat zij bij vragen of opmerkingen contact mochten opnemen. Indien toestemming werd gegeven, konden deelnemers starten met het onderzoek. Na het geven van toestemming kregen deelnemers een bondige uitleg over en voorbeelden van feiten en meningen te zien. Vervolgens werden de deelnemers blootgesteld aan de tweets en bijbehorende evaluatievragen. Na het bekijken van de tweets werden de deelnemers gevraagd om de NFC-vragenlijst in te vullen. Tenslotte kregen de deelnemers nog enkele vragen over demografische gegevens. Ook werd hen gevraagd of zij al Nederlands leerden vanaf hun geboorte.

Statistische toetsing

Het effect van de onafhankelijke variabelen SC (laag/hoog) en NFC (laag/hoog) op de afhankelijke variabele evaluatie van de uiting (1 = objectief, 6 = subjectief) is geanalyseerd aan de hand van een Repeated Measures ANOVA in IBM SPSS Statistics 27. Om OV 1 te beantwoorden is er gekeken naar een eventueel hoofdeffect van SC. Daarnaast werd er getoetst of er een hoofdeffect van NFC was om onderzoeksvraag 2 te kunnen beantwoorden. Tenslotte werd er gekeken of er een interactie-effect tussen SC en NFC optrad, om OV 3 te beantwoorden.

Aanvullend is er een Repeated Measures ANOVA met onafhankelijke variabelen SC (laag/hoog), NFC (laag/hoog) en Type Item (twijfelgeval/controle) op de afhankelijke variabele evaluatie van een uiting (1 = objectief, 6 = subjectief) uitgevoerd. Het doel van deze additionele analyse was het beantwoorden van deelvraag 1*. Om deze vraag te beantwoorden werd er gekeken naar een interactie-effect tussen SC en Type Item of naar een hoofdeffect van SC.

Resultaten

Uit de tweeweg mixed design variantieanalyse voor de evaluatie van een uiting met als binnen-proefpersoonfactor Source Credibility en tussen-proefpersoonfactor Need for Cognition bleek een significant hoofdeffect van Source Credibility (F (1, 103) = 5.85, p = .017, η^2 = .05). Het bleek dat twijfelgevallen geuit door een lage SC (M = 3.20, SD = 1.43) als subjectiever werden beoordeeld dan door een hoge SC (M = 2.78, SD = 1.21), ongeacht NFC. Er bleek geen hoofdeffect van NFC (F (1, 103) < 1, p = .764, η^2 = .00). Daarnaast bleek er geen interactie-effect tussen SC en NFC (F (1, 103) < 1, p = .373, η^2 = .01). De gemiddelde evaluatie van een uiting en standaarddeviaties per type SC en Groep NFC zijn te vinden in tabel 5.

Tabel 5. De gemiddelden (en standaarddeviaties) van de evaluatie van een uiting per type van Source Credibility en Groep NFC (1 = objectief, 6 = subjectief).

	Need for Cognition Groep		Totaal
	Laag	Hoog	
	n = 52	n = 53	N = 105
SC Laag	3.10 (1.45)	3.31 (1.41)	3.20 (1.43)
SC Hoog	2.83 (1.27)	2.73 (1.17)	2.78 (1.21)
Totaal	2.96 (1.00)	3.02 (.95)	2.99 (.97)

Secundaire analyse[1]

Uit een drieweg variantie-analyse met herhaalde metingen met als binnen-proefpersoonfactoren Type Item en Source Credibility en als tussen-proefpersoonfactor Groep NFC voor de evaluatie van een uiting bleken hoofdeffecten van Type Item (F (1, 103) = 50.64, p < .001, η^2 = .33) en Source Credibility (F (1, 103) = 11.07, p = .001, η^2 = .10). Twijfelgeval-items (M = 2.99, SD = .97) werden, ongeacht SC en groep NFC, als objectiever beoordeelt dan Controle-items[2] (M = 3.68, SD = .51). Uitingen geuit door een lage SC (M = 3.53, SD = .89) werden, ongeacht Type

[1] De secundaire analyse gaf dezelfde resultaten wanneer de 5 deelnemers, die werden geëxcludeerd op basis van (meer dan één) fouten in de controle items, werden meegenomen in de analyse.
[2] De controle items bestonden uit 3 subjectieve items en 2 objectieve items, tegenover 3 twijfelgeval-items. De subjectievere beoordeling van de controle-items in verhouding tot de twijfelgeval-items is door deze scheve verhouding te verklaren.

Item en groep NFC, als subjectiever beoordeelt dan uitingen van een hoge SC (M = 3.14, SD = .78).

Er trad geen interactie-effect op voor Type Item en Groep NFC (F (1, 103) < 1, p = .859, η^2 = .00), Source Credibility en Groep NFC (F (1, 103) < 1, p = .413, η^2 = .01) en Type Item en Source Credibility (F (1, 103) < 1, p = .685, η^2 = .00). Tenslotte bleek er ook geen drieweg interactie tussen Type Item, Source Credibility en Groep NFC (F (1, 103) < 1, p = .560, η^2 = .00). De gemiddelde evaluatie van een uiting en standaarddeviaties per type Item, type SC en Groep NFC zijn te vinden in tabel 6.

Tabel 6. De gemiddelden (en standaarddeviaties) van de evaluatie van een uiting per Type Item, Type van Source Credibility en Groep NFC (1 = objectief, 6 = subjectief).

Type Item	*Source Credibility*	*Groep NFC*		Totaal
		Laag	Hoog	
		n = 52	n = 53	N = 105
Twijfelgeval	Laag	3.10 (1.45)	3.31 (1.41)	3.20 (1.43)
	Hoog	2.83 (1.27)	2.73 (1.17)	2.78 (1.21)
Controle	Laag	3.79 (.89)	3.91 (.84)	3.85 (.87)
	Hoog	3.48 (.78)	3.54 (.94)	3.51 (.86)

Conclusie

Aan de hand van een uitgevoerd experiment waarin deelnemers objectieve - subjectieve twijfelgeval-uitingen (en controle uitingen) evalueerden is getracht om een antwoord te vormen op de vraag: “Welke factoren beïnvloeden de beoordeling van personen wanneer zij een uiting evalueren als (meer) objectief of subjectief?” Dit antwoord is gevormd op basis van de antwoorden op de volgende drie onderzoeksvragen:

1. Beïnvloedt de *Source Credibility* van de bron of een uiting als meer objectief of meer subjectief wordt geëvalueerd?

1*. Beïnvloedt de *Source Credibility* van de bron enkel in twijfelgevallen of een uiting als meer objectief of meer subjectief wordt geëvalueerd?
2. Beoordelen individuen met een lage *Need for Cognition* objectieve - subjectieve twijfelgevallen anders dan individuen met een hoge NFC?
3. Verschilt het effect van *Source Credibility* op de objectieve - subjectieve evaluatie van een uiting tussen deelnemers met een hoge of lage NFC?

Uit de resultaten bleek een hoofdeffect van SC op de evaluatie van een uiting als meer subjectief of objectief. Deelnemers beoordeelden uitingen als meer objectief, wanneer de zender werd gezien als een hoge SC. Wanneer twijfelgeval-uitingen werden gedaan door een bron met een lage SC, werden deze als meer subjectief geëvalueerd. Er kan worden geconcludeerd dat de SC van de bron invloed heeft op de evaluatie van een uiting als meer objectief of meer subjectief. Deze conclusie sluit aan bij de gestelde verwachting (bij OV 1) dat uitingen van een bron met een hoge SC als meer objectief worden geëvalueerd, terwijl uitingen van een bron met een lage SC als meer subjectief worden geëvalueerd.

Een secundaire analyse, waarin ook de 'duidelijke' controle items werden meegenomen, liet zien dat het effect van SC niet alleen in onzekere situaties als twijfelgevallen optreedt, maar ook in duidelijke situaties (OV 1*). Het effect van SC verschilde niet tussen de twee type items, waardoor er kan worden geconcludeerd dat een hoge SC ook in duidelijke situaties leidt tot een objectievere evaluatie en een lage SC leidt tot een subjectievere evaluatie.

Voor NFC bleek er geen hoofdeffect op de evaluatie van een uiting. Als antwoord op onderzoeksvraag 2 kan het volgende antwoord worden gegeven: Volgens de resultaten evalueerden deelnemers met een lage NFC, uitingen niet als meer subjectief of objectief dan deelnemers met een hoge NFC. Hieruit kan worden geconcludeerd dat de NFC van een deelnemer geen directe invloed heeft op de evaluatie van een uiting als meer objectief - subjectief.

Tenslotte bleek er uit de resultaten geen interactie-effect tussen NFC en SC. Op onderzoeksvraag 3 kan daarom worden geantwoord dat het effect van SC op de evaluatie van een uiting niet verschilt tussen deelnemers met een hoge of lage NFC.

Al met al kan er worden gesteld dat de *Source Credibility* van de bron de beoordeling van personen beïnvloedt in zowel twijfelgevallen als duidelijke situaties, wanneer zij een uiting evalueren als meer objectief of subjectief. De *Need for Cognition* van een deelnemer beïnvloedt deze beoordeling echter niet. Tenslotte verschilt het effect van SC niet tussen deelnemers met een lage of hoge NFC.

Discussie

De invloed van SC en NFC op de evaluatie van een uiting als meer objectief of subjectief is nog niet eerder onderzocht in de literatuur. Zoals op basis van de literatuur in het theoretisch kader was voorspeld, zorgde de SC van de bron voor een significant verschil in evaluatie wanneer twijfelgevallen werden geëvalueerd. Bij twijfel leidde een hoge SC tot een meer objectieve evaluatie, terwijl een lage SC tot een meer subjectieve evaluatie leidde. Uit een secundaire analyse bleek echter dat het effect van SC niet enkel optreedt in twijfelachtige situaties, maar dat het effect van SC zo sterk bleek dat deze zelfs in duidelijke situaties doorwerkt. Een effect van NFC bleef echter uit. De individuele NFC van een individu leidt niet tot verschillen in de evaluatie van objectieve - subjectieve twijfelgevallen.

Een mogelijke verklaring voor het uitblijven van een NFC-effect is dat mensen hun oordeel wellicht minder op emoties baseren bij het evalueren van een uiting, dan bij het vormen van een attitude. Personen met een lage mate van NFC bleken meer te vertrouwen op emoties bij het afwegen van informatie, waardoor subjectieve verklaringen voor hen overtuigender waren dan objectieve verklaringen (Nikoloudakis et al., 2018; Vidrine et al., 2007). Bij het vormen van een attitude spelen echter veel meer persoonlijke belangen, overtuigingen, normen

en waarden op, dan bij het evalueren van een uiting als meer objectief of subjectief. Dit verschil in emotionele lading tussen het vormen van een attitude en het evalueren van een uiting zou kunnen hebben geleid tot het uitblijven van een effect van NFC.

Het uitblijven van een interactie-effect tussen NFC en SC is mogelijk ook te verklaren. Een hoge SC zou namelijk werkzaam kunnen zijn als perifere cue en daarmee de verwerking van individuen met een lage NFC kunnen beïnvloeden (Kaufman et al, 1999; Pornpitakpan, 2004; Priester & Petty, 1995; Tormala et al., 2007). Een lage SC zou de perifere verwerker juist kunnen stimuleren tot nadenken, afhankelijk van het moment waarop de SC wordt ingeschat (Nan, 2009). De literatuur stelt ook dat SC de centrale verwerking van personen (indirect) kan beïnvloeden, doordat een hoge SC een positieve valentie aan de verwerking geeft en een lage SC een negatieve valentie (Chaiken & Maheswaran, 1994). Op deze manier zouden zowel individuen met een hogere mate van NFC als individuen met een lagere mate van NFC kunnen worden beïnvloed door de SC, waardoor deze effecten elkaar kunnen opheffen. Daarbij geldt dat individuen met een lage NFC niet altijd perifeer verwerken en individuen met een hoge NFC niet altijd centraal verwerken. Tenslotte suggereren Chaiken en Maheswaran (1994) dat perifere en centrale verwerking ook tegelijk kan voorkomen.

Het huidige onderzoek kent ook enkele beperkingen. Zo verschillen de groepen laag NFC en hoog NFC weldegelijk in hun mate van NFC, maar bestond de steekproef voornamelijk uit hoogopgeleiden (87.7%) en lag het algehele NFC-gemiddelde (M = 3.63) hoger dan het gemiddelde van de schaal. Doordat de steekproef vooral uit hoger opgeleiden bestond én het algehele NFC-gemiddelde relatief hoog lag, zou dit kunnen betekenen dat dit niet volledig te vergelijken is met de gemiddelde NFC in de populatie. Het opleidingsniveau tussen de twee groepen NFC verschilde significant. Dit leidde echter niet tot willekeur, omdat er een verband is tussen opleidingsniveau en NFC. In de literatuur wordt NFC als moderator in verband gebracht met intelligentie en betere prestaties op school (Fleischhauer et al., 2010; Strobel et

al., 2019). Hierdoor heeft het verschil in opleidingsniveau geen effect gehad op de resultaten, maar is er sprake van een effect van opleidingsniveau op NFC.

In het huidige onderzoek bleef een (in)direct effect van NFC uit. Door een gevarieerde steekproef samen te stellen met betrekking tot opleidingsniveau, zou er in vervolgonderzoek nogmaals een eventueel effect van NFC op de evaluatie van een uiting als meer objectief of subjectief onderzocht kunnen worden. Doordat de huidige steekproef voornamelijk hoogopgeleid was en het NFC-gemiddelde relatief hoog lag, kan een eventueel NFC-effect niet volledig worden uitgesloten. Daarnaast kan het interessant zijn om te onderzoeken in welke vorm SC als cue werkt tijdens het evalueren van uitingen bij verschillende mate van NFC (en verwerking), aangezien dit nog niet eerder is onderzocht bij het evalueren van uitingen als meer objectief of meer subjectief. Tenslotte zou in een replicatie/vervolgonderzoek ook het moment waarop de SC wordt ingeschat kunnen worden gemanipuleerd. Dit kan bijvoorbeeld door eerst de boodschap te laten lezen en vervolgens pas de bron te laten zien (en vice versa). Zo kan er worden onderzocht of het effect van SC op de evaluatie van een uiting als meer objectief - subjectief verschilt onder de groepen NFC wanneer de SC voor of na het lezen van de boodschap wordt vastgesteld.

Een andere beperking aan het huidige onderzoek komt voort uit het feit dat de manipulatie van de twijfelgeval-items niet volledig is geslaagd. Eén van de twijfelgeval-items bleek niet als twijfelgeval te worden gezien, maar als subjectief item. Dit item is daarom in de analyse(s) meegenomen als subjectief controle item. Hierdoor is het design van de studie minder gebalanceerd uitgevallen dan van tevoren werd verwacht. Dit had wellicht kunnen worden voorkomen door, net zoals de SC, ook de uitingen van de items te pre-testen. Voor eventueel vervolgonderzoek en/of een replicatie van de huidige studie is het verstandig deze suggestie mee te nemen en ook de uitingen te pre-testen.

Voor zover bekend is er nog niet eerder onderzoek gedaan naar de invloed van SC en NFC op de evaluatie van een uiting als meer objectief of subjectief. Hoewel de resultaten duidelijk laten zien dat SC invloed heeft op de evaluatie van een uiting in zowel onzekere als duidelijke situaties, bevindt onderzoek naar deze variabelen zich nog in de beginfase. Daarom is er vervolgonderzoek nodig om de resultaten uit het huidige onderzoek te verifiëren en uit te breiden, om een volledig beeld van de invloed van SC op het evalueren van een uiting als meer objectief - subjectief te kunnen creëren.

Vervolgonderzoek zou zich dus enkel op de invloed van SC kunnen richten. In het huidige onderzoek is SC als hoog en laag tegenover elkaar gezet. Vervolgonderzoek zou SC in meerdere gradaties kunnen opdelen, waardoor er bijvoorbeeld kan worden onderzocht of de invloed van SC op de evaluatie van een uiting als meer objectief of subjectief lineair is.

Daarnaast zou vervolgonderzoek naar de invloed van SC zich ook kunnen richten op gesproken uitingen, waar in het huidige onderzoek geschreven uitingen zijn onderzocht. Doordat de bron de uiting met spraak over moet brengen zou dit tot andere resultaten kunnen leiden dan bij een geschreven boodschap. Pure (feitelijke) informatie lijkt overtuigender te zijn wanneer deze in geschreven taal wordt overgebracht vergeleken met een gesproken boodschap (Braverman, 2008). Objectieve feiten zouden hierdoor wellicht als subjectiever worden waargenomen wanneer de boodschap per spraak wordt overgebracht. Daarnaast kunnen geschreven boodschappen worden teruggelezen, terwijl een gesproken boodschap (over het algemeen) niet is terug te luisteren. Doordat geschreven boodschappen opnieuw kunnen worden gelezen kan de lezer de boodschap zorgvuldiger verwerken en evalueren dan een gesproken boodschap (Braverman, 2008; zie ook: Chambliss & Garner, 1996). Gesproken taal bevat meer perifere cues (die inspelen op emoties) dan geschreven taal en door deze perifere cues zal de informatie in de gesproken boodschap vaker perifeer worden verwerkt door personen (en daarmee in het bijzonder overtuigender zijn voor individuen met een lage mate van NFC;

Braverman, 2008). Ook de invloed van de NFC van het individu kan hier weer een rol spelen en worden onderzocht aan de hand van dit voorstel voor vervolgonderzoek.

Al met al heeft de huidige studie inzicht gegeven in factoren die invloed uitoefenen op de evaluatie van een uiting als meer objectief of subjectief. *Source Credibility* bleek effect te hebben op deze evaluatie, waarbij een hoge SC leidde tot een meer objectieve evaluatie en een lage SC leidde tot een meer subjectieve evaluatie. Aan de hand van een additionele analyse bleek het effect van SC niet enkel in onzekere situaties op te treden, maar ook in duidelijke situaties. *Need for Cognition* bleek geen direct of indirect effect te hebben op deze evaluatie. Het onderzoek suggereert dat uitingen van een bron met een hoge SC als meer objectief en feitelijk worden gezien, terwijl uitingen van een bron met een lage SC als meer subjectief en als mening worden gezien.

Deze resultaten sluiten aan bij het verwachte gevaar van de invloed van SC. Wanneer een bron onterecht zou worden ingeschat als een hoge SC, zou men de boodschappen van deze bron (onterecht) als objectief kunnen evalueren. Een bron zou zich ook als hoge SC voor kunnen doen, zoals BetCity en Ongehoord Nederland. Aangezien mensen meer als feit aannemen van een hoge SC, zou men zich in dit geval baseren op feiten die eigenlijk geen feiten zijn. Dat de maatschappij tegen deze vermenging van meningen en feiten moet worden beschermd blijkt maar al te meer uit maatregelen die de overheid heeft genomen in de periode dat het huidige onderzoek liep: Vanaf 30 juni 2022 mogen er geen oud-voetballers (‘deskundigen’) en andere BN’ers meer in gokreclames spelen, een directe reactie op reclames zoals die van BetCity (NOS Nieuws, 2022). Daarnaast werd op 8 juli 2022 bekend dat aanbieders van online kansspelen per 1 januari 2023 geen ongerichte reclame (zoals sponsoring) meer mogen maken (Rijksoverheid, 2022). Ongehoord Nederland kreeg door het vermengen van feiten en meningen al eerder een sanctie voor het schenden van de journalistieke code (Van Erven, 2022). Door maatregelen en sancties te treffen wordt de SC van een (onterecht) beoogde hoge SC voor een deel

tenietgedaan, wanneer het publiek van deze maatregelen en sancties op de hoogte wordt gesteld. Op deze manier wordt het publiek in staat gesteld om informatie op een juiste manier te evalueren en daaruit eigen conclusies te trekken.

Literatuurlijst

BetCityNL (2022, 22 april). *BetCity commercial Wesley, Andy, Sjaak en Wim* [Video]. YouTube. Geraadpleegd op 15 juli 2022, van https://www.youtube.com/watch?v=JFDESCXrYu0&ab_channel=FORMULA1

Birner, B. & Ward, G. (1998). *Information Status and Noncanonical Word Order in English*. Amsterdam: John Benjamins. doi.org/10.1075/slcs.40

Braverman, J. (2008). Testimonials versus informational persuasive messages: The moderating effect of delivery mode and personal involvement. *Communication Research*, *35*(5), 666-694. doi.org/10.1177/0093650208321785

Cacioppo, J. T., & Petty, R. E. (1982). The need for cognition. *Journal of Personality and Social Psychology*, *42*(1), 116. doi.org/10.1037/0022-3514.42.1.116

Cacioppo, J. T., Petty, R. E., & Feng Kao, C. (1984). The efficient assessment of need for cognition. *Journal of Personality Assessment*, *48*(3), 306-307. doi.org/10.1207/s15327752jpa4803_13

Chaiken, S., & Maheswaran, D. (1994). Heuristic processing can bias systematic processing: Effects of source credibility, argument ambiguity, and task importance on attitude judgment. *Journal of Personality and Social Psychology, 66*(3), 460-473. doi.org/10.1037/0022-3514.66.3.460

Chambliss, M. J., & Garner, R. (1996). Do adults change their minds after reading persuasive text?. *Written Communication*, *13*(3), 291-313. doi.org/10.1177/0741088396013003001

Fitzgerald, J., & Baird, V. A. (2011). Taking a step back: Teaching critical thinking by distinguishing appropriate types of evidence. *Political Science & Politics*, *44*(3), 619-624. doi.org/10.1017/s1049096511000710

Fleischhauer, M., Enge, S., Brocke, B., Ullrich, J., Strobel, A., & Strobel, A. (2010). Same or

different? Clarifying the relationship of need for cognition to personality and intelligence. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *36*(1), 82-96. doi.org/10.1177/0146167209351886

Hoek, J., Sanders, T. J., & Spooren, W. P. (2021). Automatic coherence analysis of Dutch: Testing the subjectivity hypothesis on a larger scale. *Corpora*, *16*(1), 129-155. doi.org/10.3366/cor.2021.0211

Hovland, C. I., & Weiss, W. (1951). The influence of source credibility on communication effectiveness. *Public Opinion Quarterly, 15*(4), 635–650. doi.org/10.1086/266350

Kaiser, E. & Wang, C. (2021). Packaging information as fact versus opinion: Consequences of the (information-)structural position of subjective adjectives. *Discourse Processes, 58*(7), 617-641. doi.org/10.1080/0163853x.2020.1838196

Kaufman, D. Q., Stasson, M. F., & Hart, J. W. (1999). Are the tabloids always wrong or is that just what we think? Need for cognition and perceptions of articles in print media. *Journal of Applied Social Psychology*, *29*(9), 1984-2000. doi.org/10.1111/j.1559-1816.1999.tb00160.x

Metzger, M. J. (2007). Making sense of credibility on the web: Models for evaluating online information and recommendations for future research. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, *58*(13), 2078-2091. doi.org/10.1002/asi.20672

Metzger, M. J., & Flanagin, A. J. (2013). Credibility and trust of information in online environments: The use of cognitive heuristics. *Journal of Pragmatics*, *59*, 210-220. doi.org/10.1016/j.pragma.2013.07.012

Mitchell, A., Gottfried, J., Barthel, M., & Sumida, N. (2018). *Distinguishing between Factual and Opinion Statements in the News*. Pew Research Center. doi.org/10.1007/978-1-349-70154-4_163

Nan, X. (2009). The influence of source credibility on attitude certainty: Exploring the

moderating effects of timing of source identification and individual need for cognition. *Psychology & Marketing*, *26*(4), 321-332. doi.org/10.1002/mar.20275

Nikoloudakis, I. A., Crutzen, R., Rebar, A. L., Vandelanotte, C., Quester, P., Dry, M., Skuse, A., Duncan, M. J., & Short, C. E. (2018). Can you elaborate on that? Addressing participants' need for cognition in computer-tailored health behavior interventions. *Health Psychology Review, 12*(4), 437-452. doi.org/10.1080/17437199.2018.1525571

NOS Nieuws (2022, 30 juni). Oud-voetballers en andere BN'ers voortaan uit gokreclames. *NOS*. Geraadpleegd op 22 juli 2022, van https://nos.nl/artikel/2434639-oud-voetballers-en-andere-bn-ers-voortaan-uit-gokreclames

Pander-Maat, H., & Sanders, T. (2000). Domains of use or subjectivity? The distribution of three Dutch causal connectives explained. *Topics in English Linguistics*, *33*, 57-82. doi.org/10.1515/9783110219043-004

Petty, R. E., Briñol, P., Loersch, C., & McCaslin, M. J. (2009). The need for cognition. In: M. R. Leary & R. H. Hoyle (Reds.), *Handbook of Individual Differences in Social Behavior* (pp. 318-329).

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology, 19,* 123-205. doi.org/10.1016/s0065-2601(08)60214-2

Petty, R. E., & Wegener, D. T. (1998). Attitude change: Multiple roles for persuasion variables. In: D. T. Gilbert, S. T. Fiske & L. Gardner (Reds.), *The Handbook of Social Psychology* (pp. 323-390).

Pieters, R. G., Verplanken, B., & Modde, J. M. (1987). " Neiging tot nadenken": Samenhang met beredeneerd gedrag. *Nederlands Tijdschrift voor de Psychologie en haar grensgebieden*, *42*(2), 62-70.

Pornpitakpan, C. (2004). The persuasiveness of source credibility: A critical review of five

decades' evidence. *Journal of Applied Social Psychology*, *34*(2), 243-281. doi.org/10.1111/j.1559-1816.2004.tb02547.x

Priester, J. R., & Petty, R. E. (1995). Source attributions and persuasion: Perceived honesty as a determinant of message scrutiny. *Personality and Social Psychology Bulletin, 21*, 637–654. doi.org/10.1177/0146167295216010

Rijksoverheid (2022, 8 juli). Verbod op ongerichte gokreclames en sponsoring. *Rijksoverheid*. Geraadpleegd op 22 juli 2022, van https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2022/07/08/verbod-op-ongerichte-gokreclames-en-sponsoring

Sparks, J. R., & Rapp, D. N. (2011). Readers' reliance on source credibility in the service of comprehension. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, *37*(1), 230-247. doi.org/10.1037/a0021331

Strobel, A., Behnke, A., Gärtner, A., & Strobel, A. (2019). The interplay of intelligence and need for cognition in predicting school grades: A retrospective study. *Personality and Individual Differences*, *144*, 147-152. doi.org/10.1016/j.paid.2019.02.041

Tormala, Z. L., Briñol, P., & Petty, R. E. (2007). Multiple roles for source credibility under high elaboration: It's all in the timing. *Social Cognition*, *25*(4), 536-552. doi.org/10.1521/soco.2007.25.4.536

Van Erven, R. (2022, 7 juli). NPO geeft Ongehoord Nederland sanctie voor schenden journalistieke code. *NRC*. Geraadpleegd op 16 juli 2022, van https://www.nrc.nl/nieuws/2022/07/07/npo-geeft-ongehoord-nederland-sanctie-voor-schenden-journalistieke-code-a4135828

Vidrine, J. I., Simmons, V. N., & Brandon, T. H. (2007). Construction of smoking-relevant

risk perceptions among college students: The influence of need for cognition and message content. *Journal of Applied Social Psychology*, *37*(1), 91-114. doi.org/10.1111/j.0021-9029.2007.00149.x

Appendix

Bijlage I: Visuele stimuli

Tabel 7. Verdeling items in de twee Latin square lijsten, getoond in random volgorde.

Lijst 1	Lijst 2
O1SCH	O1SCL
O2SCL	O2SCH
T1SCH	T1SCL
T2SCH	T2SCL
T3SCL	T3SCH
T4SCL	T4SCH
S1SCH	S1SCL
S2SCL	S2SCH

SC Hoog

Duidelijk objectief:

O1SCH:

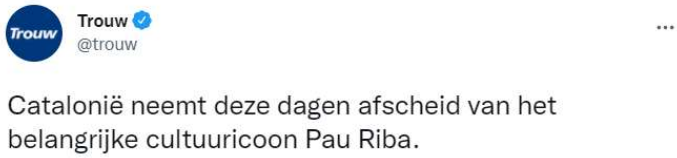


O2SCH:

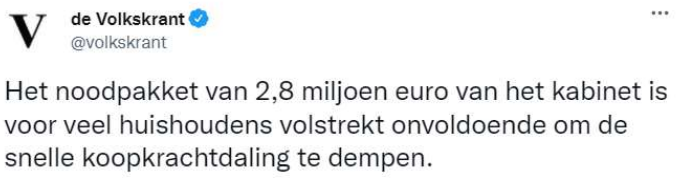


Twijfelgevallen:

T1SCH:



T2SCH:



T3SCH:



T4SCH:

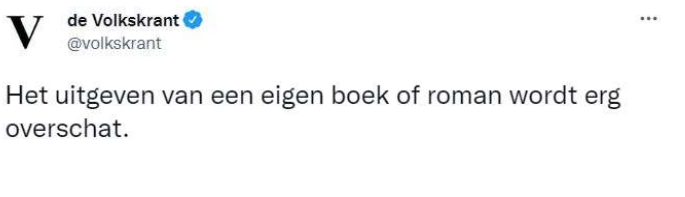


Duidelijk subjectief:

S1SCH:



S2SCH:



SC Laag

Duidelijk objectief:

O1SCL:



O2SCL:



Twijfelgevallen:

T1SCL:



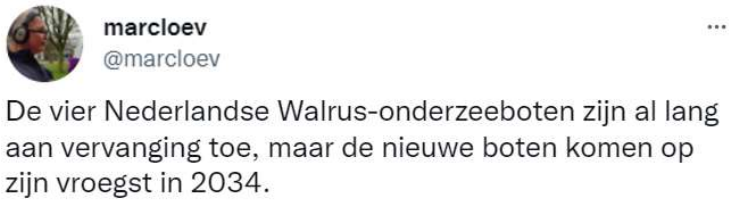
T2SCL:



T3SCL:



T4SCL:



Duidelijk subjectief:

S1SCL:


Barry Boter
@BotlekBarry
De overheid en de centrale bank van Oekraïne reageerden professioneel en razendsnel tijdens de Russische inval.

S2SCL:


Gon van Nek
@MrsVanNek
Het uitgeven van een eigen boek of roman wordt erg overschat.

Bijlage II: Vragenlijst Pre-test

Allereerst kregen participanten het volgende scherm te zien, waarin zij informatie kregen en toestemming voor deelname konden geven.



INFORMATIE EN TOESTEMMING
Je wordt uitgenodigd om mee te doen aan een onderzoek naar Subjectiviteit. Dit onderzoek wordt uitgevoerd door Casper van Benthem aan de Radboud Universiteit.

Wat wordt er van je verwacht?
Meedoen aan het onderzoek houdt in dat je een aantal Twitterprofielen bekijkt en hierbij een vraag beantwoord. Probeer zo eerlijk mogelijk te antwoorden. Deelname zal in totaal ongeveer 3 minuten duren.

Vrijwillig
Je doet vrijwillig mee aan dit onderzoek. Daarom kun je op elk moment tijdens het onderzoek je deelname stopzetten en je toestemming intrekken. Je hoeft dan niet aan te geven waarom je stopt. Omdat alle gegevens anoniem opgeslagen worden, is het intrekken van deelname na het afronden van de vragenlijst niet meer mogelijk.

Wat gebeurt er met mijn gegevens?
De onderzoeksgegevens die we in dit onderzoek verzamelen, zullen gebruikt worden voor de resultaten van dit onderzoek. Alle onderzoeksgegevens worden op een veilige manier bewaard volgens de richtlijnen van de Radboud Universiteit.

Heb je vragen of klachten over het onderzoek?
Als je meer informatie over het onderzoek wilt hebben, kun je contact opnemen met Casper van Benthem (casper.vanbenthem@ru.nl) of met Dr. Jet Hoek (jet.hoek@ru.nl).

TOESTEMMING: Geef hieronder je keuze aan. Door te klikken op de knop 'Ik ga akkoord' geef je aan dat je:
- bovenstaande informatie hebt gelezen
- vrijwillig meedoet aan het onderzoek
- 18 jaar of ouder bent

Als je niet mee wilt doen aan het onderzoek, kun je op de knop 'Ik wil niet meedoen' klikken.

Ik ga akkoord

Ik wil niet meedoen

Wanneer participanten toestemming gaven, werden zij blootgesteld aan de volgende items.





Radboud University



John van Enckevort
@JohnEnckevort

Hoe geloofwaardig vind jij deze bron?

Ongeloofwaardig ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ Geloofwaardig

→

Radboud University

NU.nl
@NUnl

Hoe geloofwaardig vind jij deze bron?

Ongeloofwaardig ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ Geloofwaardig

→

Radboud University



Barry Boter
@BotlekBarry

Hoe geloofwaardig vind jij deze bron?

Ongeloofwaardig ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ Geloofwaardig

→

Radboud University



marcloev
@marcloev

Hoe geloofwaardig vind jij deze bron?

Ongeloofwaardig ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ Geloofwaardig

→

Radboud University

NRC
@nrc

Hoe geloofwaardig vind jij deze bron?

Ongeloofwaardig ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ Geloofwaardig

→

Radboud University



Gon van Nek
@MrsVanNek

Hoe geloofwaardig vind jij deze bron?

Ongeloofwaardig ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ Geloofwaardig

→

Tenslotte werd de pre-test afgesloten met een eindboodschap.



Bedankt voor de tijd die u heeft genomen om deel te nemen aan dit experiment. Uw antwoorden zijn geregistreerd.

Bijlage III: NFC-Scale

15-item Need for Cognition Scale (NL)

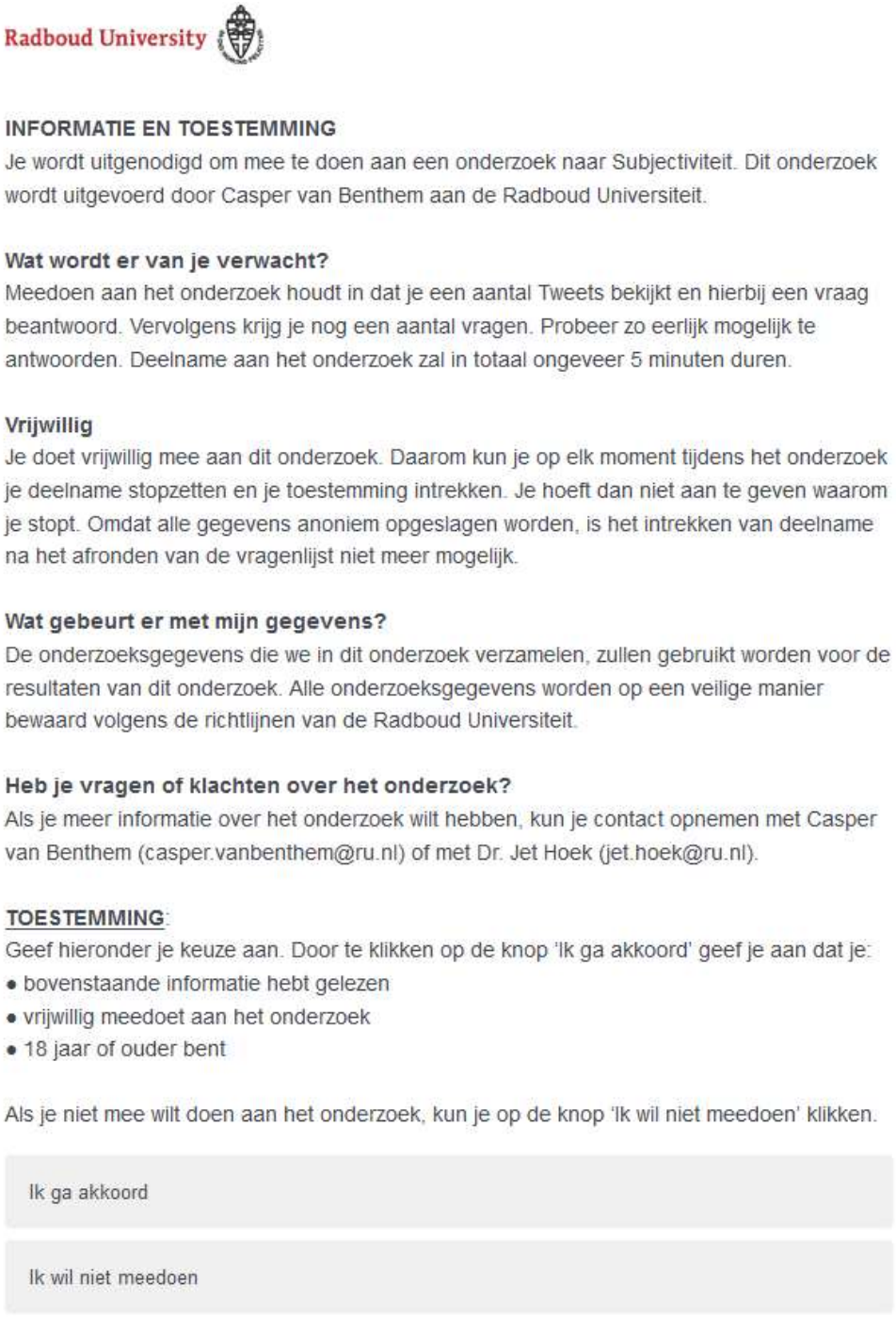
5-punts-Likertschaal
zeer oneens/ oneens/ neutraal/ eens/ zeer eens

1. Als ik moet kiezen heb ik liever een ingewikkeld dan een simpel probleem.
2. Ik ben graag verantwoordelijk voor een situatie waarin veel nagedacht moet worden.
3. Denken is niet precies mijn idee van plezier hebben. *
4. Ik doe liever iets waarbij weinig nagedacht hoeft te worden dan iets waarbij mijn denkvermogen zeker op de proef wordt gesteld. *
5. Iets langdurig en precies afwegen geeft me voldoening.
6. Ik denk alleen zoveel als nodig is. *
7. Ik denk liever over kleine dagelijkse projecten dan over lange-termijn projecten na. *
8. Ik hou van taken waarbij weinig nagedacht hoeft te worden wanneer ik ze eenmaal geleerd heb. *
9. Het idee om op mijn verstand te vertrouwen vind ik aantrekkelijk.
10. Ik geniet echt van een taak waarin men met nieuwe oplossingen voor problemen moet komen.
11. Nieuwe manieren leren om te denken trekt me niet bijzonder aan. *
12. Het idee om abstract te denken vind ik aantrekkelijk.
13. Ik heb liever een taak die intellectueel, moeilijk en belangrijk is, dan een taak die enigszins belangrijk is, maar waarbij je niet veel hoeft na te denken.
14. Ik vind het voldoende wanneer iets blijkt te werken: hoe of waarom het precies werkt interesseert me niet. *
15. Meestal maak ik zelfs uitgebreide afwegingen over zaken die niet persoonlijk op mijzelf betrekking hebben.

**de items 3, 4, 6, 7, 8, 11, 14 hebben een tegengestelde oriëntatie aan de overige items en worden omgekeerd voor de analyse.*

Bijlage IV: Vragenlijst Experiment

Allereerst kregen participanten het volgende scherm te zien, waarin zij informatie kregen en toestemming voor deelname konden geven.



Radboud University

INFORMATIE EN TOESTEMMING

Je wordt uitgenodigd om mee te doen aan een onderzoek naar Subjectiviteit. Dit onderzoek wordt uitgevoerd door Casper van Benthem aan de Radboud Universiteit.

Wat wordt er van je verwacht?

Meedoen aan het onderzoek houdt in dat je een aantal Tweets bekijkt en hierbij een vraag beantwoord. Vervolgens krijg je nog een aantal vragen. Probeer zo eerlijk mogelijk te antwoorden. Deelname aan het onderzoek zal in totaal ongeveer 5 minuten duren.

Vrijwillig

Je doet vrijwillig mee aan dit onderzoek. Daarom kun je op elk moment tijdens het onderzoek je deelname stopzetten en je toestemming intrekken. Je hoeft dan niet aan te geven waarom je stopt. Omdat alle gegevens anoniem opgeslagen worden, is het intrekken van deelname na het afronden van de vragenlijst niet meer mogelijk.

Wat gebeurt er met mijn gegevens?

De onderzoeksgegevens die we in dit onderzoek verzamelen, zullen gebruikt worden voor de resultaten van dit onderzoek. Alle onderzoeksgegevens worden op een veilige manier bewaard volgens de richtlijnen van de Radboud Universiteit.

Heb je vragen of klachten over het onderzoek?

Als je meer informatie over het onderzoek wilt hebben, kun je contact opnemen met Casper van Benthem (casper.vanbenthem@ru.nl) of met Dr. Jet Hoek (jet.hoek@ru.nl).

TOESTEMMING:

Geef hieronder je keuze aan. Door te klikken op de knop 'Ik ga akkoord' geef je aan dat je:

- bovenstaande informatie hebt gelezen
- vrijwillig meedoet aan het onderzoek
- 18 jaar of ouder bent

Als je niet mee wilt doen aan het onderzoek, kun je op de knop 'Ik wil niet meedoen' klikken.

Ik ga akkoord

Ik wil niet meedoen

Vervolgens kregen de participanten een voorbeeld van een feit en een mening te zien. Daarnaast werd hen verteld dat het om hun eigen perceptie ging en niet of een tweet accuraat/kloppend/waar is.

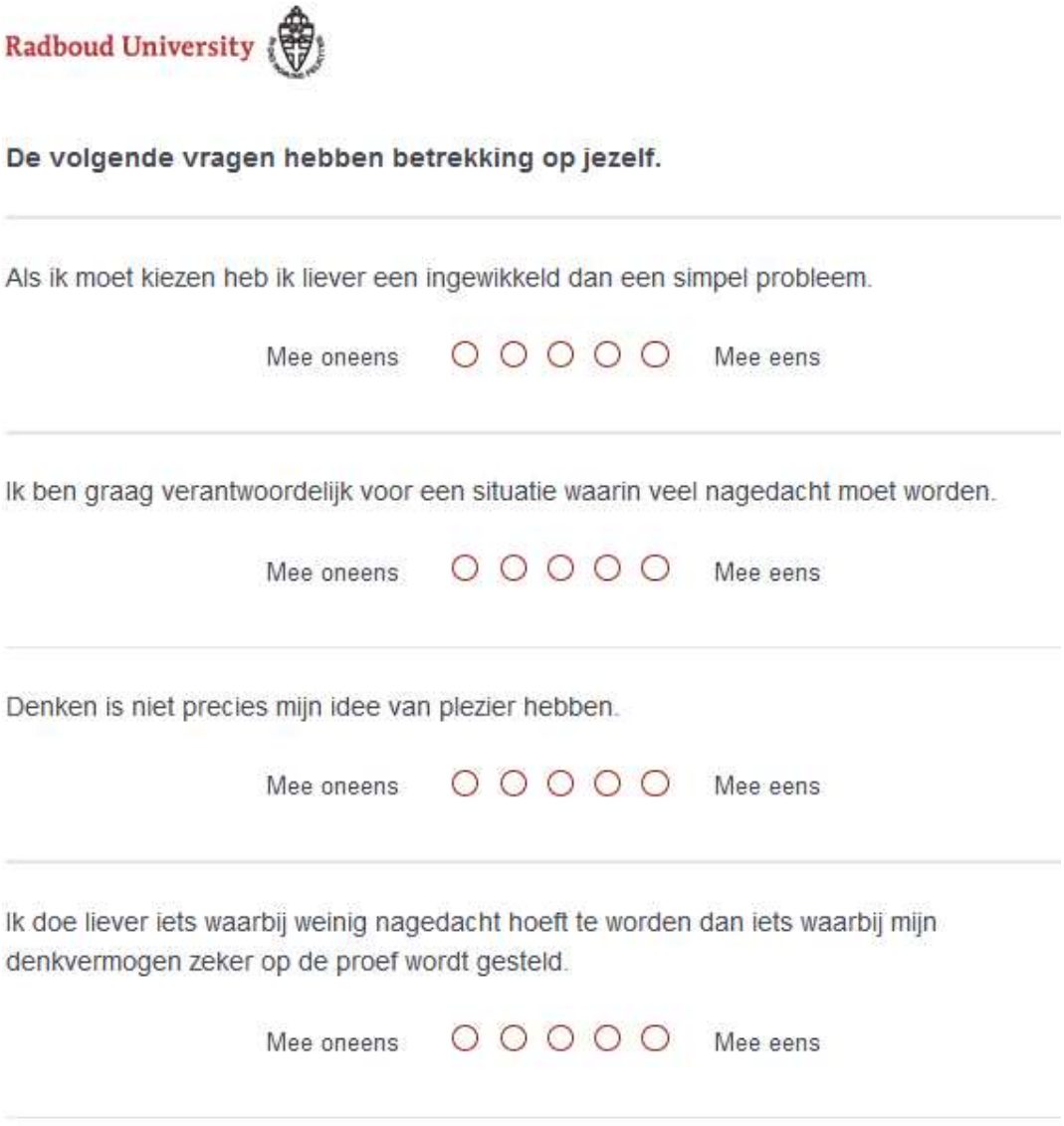


Daarna werd de participant blootgesteld aan één van de twee latin square lijsten (lijst 1 of lijst 2, zie bijlage I). Na blootstelling aan elk item werd de evaluatie van een uiting gemeten aan de hand van de schaal (1 = objectief, 6 = subjectief), naar het voorbeeld van Kaiser en Wang (2021). Dit werd gedaan aan de hand van de stelling “Ik vind deze uiting meer een (feit - mening).”



Voorbeeld:

Vervolgens werd de participant gevraagd om de NFC-vragenlijst in te vullen.



Iets langdurig en precies afwegen geeft me voldoening.

Mee oneens ○ ○ ○ ○ ○ Mee eens

Ik denk alleen zoveel als nodig is.

Mee oneens ○ ○ ○ ○ ○ Mee eens

Ik denk liever over kleine dagelijkse projecten dan over lange-termijn projecten na.

Mee oneens ○ ○ ○ ○ ○ Mee eens

Ik hou van taken waarbij weinig nagedacht hoeft te worden wanneer ik ze eenmaal geleerd heb.

Mee oneens ○ ○ ○ ○ ○ Mee eens

Het idee om op mijn verstand te vertrouwen vind ik aantrekkelijk.

Mee oneens ○ ○ ○ ○ ○ Mee eens

Ik geniet echt van een taak waarin men met nieuwe oplossingen voor problemen moet komen.

Mee oneens ○ ○ ○ ○ ○ Mee eens

Nieuwe manieren leren om te denken trekt me niet bijzonder aan.

Mee oneens ○ ○ ○ ○ ○ Mee eens

Het idee om abstract te denken vind ik aantrekkelijk.

Mee oneens ○ ○ ○ ○ ○ Mee eens

Ik heb liever een taak die intellectueel, moeilijk en belangrijk is, dan een taak die enigszins belangrijk is, maar waarbij je niet veel hoeft na te denken.

Mee oneens ○ ○ ○ ○ ○ Mee eens

Ik vind het voldoende wanneer iets blijkt te werken: hoe of waarom het precies werkt interesseert me niet.

Mee oneens ○ ○ ○ ○ ○ Mee eens

Tenslotte kregen de deelnemers nog wat algemene vragen.



Tenslotte hebben wij nog enkele algemene vragen.

Ik identificeer mij als

- Man
- Vrouw
- Anders
- Zeg ik liever niet

Wat is je leeftijd?

Ik ben

Wat is je huidige of hoogst genoten opleiding?

- Middelbare school
- mbo
- hbo
- Universiteit

Leer je al Nederlands vanaf je geboorte?

- Ja
- Nee, vanaf (leeftijd)

→

Radboud University

Bedankt voor je deelname aan dit onderzoek. Je antwoorden zijn opgeslagen. Als je nog opmerkingen hebt over het onderzoek, neem dan contact op met: casper.vanbenthem@ru.nl