

## **Bachelorscriptie**

**Heeft de “hippe” Marokkaan meer effect bij reclames dan de autochtoon?**

**Een onderzoek naar het inzetten van het Marokkaanse accent**

**Does the “hip” Moroccan have more effect in commercials than the native?**

**A study into the use of the Moroccan accent**

# **Radboud Universiteit**



*Thema 10: Is Aïcha geloofwaardiger dan Achmed*

*Themadocent: Stefan Grondelaers*

*2<sup>e</sup> beoordelaar: Melchior van Velzen*

*Naam Student: Jelle Pijnenburg, s4811585*

*Cursus: Bachelorscriptie*

## **Samenvatting**

Met dit onderzoek wordt er gekeken of het Marokkaanse accent, dat hoog scoort op dynamiek en daarom goed zou passen bij marketing, ingezet kan worden voor het promoten voor opleidingen Marketing en Rechten aan hogescholen in Nederland. De onderzoeksvraag die hierbij opgesteld is, luidt: “Is het Marokkaans accent geschikter om reclame te maken voor een hippe opleiding zoals Marketing?”. Hier is voor gekozen om te kijken of het Marokkaanse accent in combinatie met dynamiek daadwerkelijk een goede combinatie is. Om er een goed lopend experiment van te maken, zijn er twee pre-experimenten gedaan om spraakstimuli te testen en vanuit daar zijn de beste spraakstimuli gekozen voor het hoofdexperiment. Na het afnemen van het experiment werden de schalen waar de spreker op beoordeeld werd gereduceerd door middel van een Principle Component Analysis tot de schalen Superioriteit, Integrity en Power. Het bleek dat autochtonen en mannen hoger werden beoordeeld op superioriteit. Vrouwen scoorden weer hoger op Integrity terwijl autochtonen en mannen weer hoger scoorden op Power. Vanuit de resultaten is te concluderen dat de Marokkaan ten alle tijden wordt afgekeurd als ambassadeur voor het promoten van een opleiding, ook als de opleiding correleert met dynamiek. Dit is mede te wijten aan de slechte naam van de Marokkaan, die ze in Nederland heeft, die regelmatig negatief in het nieuws voorbijkomt. Zolang de Marokkaan negatieve stereotypelingen aan zich heeft kleven kan de Marokkaan alleen reclame maken als hij/zij niet Marokkaans klinkt.

## **Inleiding**

Waar vroeger voornamelijk het Randstad accent werd ingezet en werd gezien als het standaardaccent in Nederland, zo wordt steeds vaker gebruik gemaakt van regionale accenten. Johma zet met haar Twents klinkende reclames bijvoorbeeld vol in op de regio Achterhoek, Mora gebruikt al enige tijd haar eigen Cora met een quasi-Limburgs accent en merken zoals Paturain gebruiken een Frans accent om hun product nog meer een Franse twist mee te geven. Kortom, het gebruik van regionale accenten wordt steeds populairder en steeds meer geaccepteerd door de maatschappij bij deze soort reclames (Grondelaers & studenten., 2020)

Regionale accenten worden tegenwoordig ingezet voor bepaalde reclames waar congruentie een grote rol speelt (Hendrix et al., 2015). Als een reclame over worst wordt aangeprezen door iemand met een Duits accent dan had de proefpersoon een positievere attitude ten opzichte van het product dan als de worst werd aangeprezen door iemand met een standaardaccent (Hornikx et al., 2013). Dit komt omdat het product worst wordt geassocieerd met Duitsland en minder met Nederland.

Toch blijft het gebruik van andere etnische accenten achterwege bij reclames. Zo worden Marokkaanse Nederlanders met een Marokkaans accent niet of nauwelijks ingezet bij reclames op de Nederlandse televisie. Het is dan ook de vraag waarom er in de Nederlandse reclamewereld geen gebruik wordt gemaakt van deze soort accenten. Belangrijk is om hier onderzoek naar te doen. Ruim 15% van de bevolking in Nederland is in het buitenland geboren en heeft dus een anderstalige achtergrond. Daarnaast heeft 12% van de bevolking een ouder die in het buitenland geboren is. Dit betekent dat nu ongeveer een kwart van de Nederlandse bevolking niet in aanmerking komt om een reclame in te spreken waardoor de reclamewereld op deze manier een hoop inzetbare associaties mist (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2023). Daarbij moet wel gesteld worden dat we niet weten hoe de accenten van desbetreffende 12% van de bevolking is.

Volgens Simon en Lybaert (2021) is onderzoek naar attitudes tegenover anderstalige accenten nog relatief beperkt. Zij beweren dan ook dat deze accenten een plek verdienen in de variatielinguïstiek van de Nederlandse taal. Tot nu toe is er voornamelijk onderzoek gedaan

naar de attitudes tegenover dialecten en standaardtaal. Onderzoek hiernaar is van belang aangezien er zo rekening kan worden gehouden met de impact die attitudes ten opzichte van de anderstaligen hebben op het leven van de spreker (Simon & Lybaert, 2021).

Wat nu bekend is over de evaluatie van het Marokkaanse accent is dat vrijwel al het onderzoek is gedaan in een experimentele context met geringe ecologische validiteit. Dat houdt in dat de experimenten die gedaan zijn amper representatief zijn voor de werkelijkheid. Het is dus geen afspiegeling van het dagelijkse leven. Daarnaast is er te weinig onderzoek gedaan naar het effect van het Marokkaanse accent.

Zo zijn de belangrijkste bevindingen uit het onderzoek van Grondelaers en Van Gent (2022) dat de Marokkaanse man afgewezen wordt met of zonder Marokkaans accent maar de Marokkaanse vrouw wel geaccepteerd wordt als ze zonder accent spreekt. Bij dit onderzoek kregen de luisteraars de naam te horen van degene die de boodschap insprak. De naam Achmed werd structureel afgewezen, wat kan komen doordat het stereotype van een Marokkaan negatief is (Bouabid, 2018). Dit staat in contrast met de Marokkaanse vrouw, waar de naam zoals Aicha niet de rejectie kreeg die de Marokkaanse man wel kreeg. Het negatieve stereotype dat voortkomt uit het onderzoek van Bouabid (2018) is voornamelijk gericht op de Marokkaanse man en niet op de vrouw. Het stereotype van de Marokkaanse vrouw is onbekender of nog niet goed onderzocht. Van belang is dus om te onderzoeken wat de effecten zijn van spraakfragmenten die worden ingesproken door mensen met een anderstalige achtergrond zoals een Marokkaans accent bijvoorbeeld. Is het mogelijk om het Marokkaans accent meer geaccepteerd te laten worden als het spraakfragment overeenkomt met wat bij een Marokkaanse Nederlander past?

### **Literatuurstudie**

Bij de literatuurstudie zal naar twee onderdelen gekeken worden. Zo wordt er gekeken naar het sociolinguïstische aspect van accenten waarbij het verband tussen taal en een sociale groep wordt besproken. Daarnaast wordt er naar de evaluatie van accenten in commerciële situaties gekeken omdat daar de focus van het onderzoek ligt.

### **Accenten wereldwijd**

Niet alleen in Nederland hebben we te maken met accenten, dit is een wereldwijd begrip. Er zijn dan ook veel onderzoeken naar de effecten van accenten gedaan in het buitenland. Hier werd dus ook vooral gekeken naar accenten die afweken van de standaardtaal van het desbetreffende land.

Kijkend naar Spanje komt uit het onderzoek van Reinares- Lara et al. (2016), een surveyonderzoek met standaardsprekers van de Spaanse taal en niet-standaardsprekers van de Canarische eilanden, naar voren dat standaardaccenten geloofwaardiger worden bevonden. Niet-standaardsprekers scoorden lager op geloofwaardigheid, verlaagden hun eigen accent in rang en werden gestigmatiseerd door standaardsprekers.

Uit onderzoek van Fuertes et al. (2012) blijkt ook dat standaardsprekers uit verschillende landen significant hoger worden beoordeeld dan de niet-standaardsprekers. Dit onderzoek werd gedaan in de Verenigde Staten, Argentinië, Turkije en het Verenigd Koninkrijk waar in alle landen een significant resultaat werd behaald. In Australië kregen ook de standaardsprekers de voorkeur maar dit werd niet als significant beschouwd.

### **Accenten in Nederland**

Kijkend naar Nederland wordt het accent, dat uit de Randstad komt, gezien als het meest prestigieuze accent. Uit onderzoek van Grondelaers et al. (2010) waarbij verschillende accenten onderzocht werden, bleek dat het Randstedelijke accent als beste werd beoordeeld. Toch bleek ook uit dat onderzoek dat de tolerantie voor regionale accenten aan het groeien is. Zo bleek het Limburgs accent goed te scoren op “Speaker Integrity”, hoe oprecht de spreker overkomt, “Accent Euphony” en op hoe de klanken van het accent klinken. Daarentegen werd het Groningse accent op alle vlakken afgekraakt. Het Randstadaccent werd beschreven als ‘netjes, serieus en stads’ maar ook als ‘arrogant, bekakt en hard’. Het Limburgs wordt beoordeeld als ‘gezellig, dom en grappig’ en het Gronings als ‘boers, plat en onverstaanbaar’ (Grondelaers & Spielman, 2015). Dit kan verklaard worden doordat accenten bepaalde stereotypes kunnen oproepen. Zo geven Grondelaers en Spielman (2015) aan dat Limburg een gezellig imago heeft, de Randstad een stereotype heeft dat aansluit op ‘netjes, serieus en stads’ en Groningers worden getypeerd door het stereotype ‘boer’. Daarnaast blijkt uit onderzoek van Sumantry en Choma (2021) dat mensen uit een hogere sociale klasse, ten opzichte van een lagere klasse, positiever worden beoordeeld en dat geldt ook voor de lokale bevolking ten opzichte van mensen die

geëmigreerd zijn. Het Randstad accent wordt bijvoorbeeld getypeerd als stads en het Gronings accent als boers wat kan duiden op verschillen in sociale klasse.

De houding van de luisteraar ten opzichte van de spreker hangt af van drie factoren: Solidariteit, Status en Dynamiek (Sumantry & Choma, 2021). Solidariteit houdt in hoe de luisteraar wordt ingeschaald in termen als vriendelijkheid of aangenaamheid. Status kan men zien als hoe de spreker gezien wordt op de sociale ladder. Mensen met een hogere status worden gezien als succesvoller en hoog opgeleid. Dynamiek wordt gezien als een deel van extraversie (Sumantry & Choma, 2021). Groepen die hoog worden ingeschaald op Dynamiek scoren hoger op uitgaand en confrontatie volgens Sumantry en Choma (2021). Zo kwam naar voren uit hun onderzoek dat mensen met een accent van Toronto positiever werden beoordeeld op alle bovenstaande schalen dan de mensen met een Arabisch, Indiaas of Latijns-Amerikaans accent. Gluszek en Dovidio (2010) vullen aan dat ook sociale en contextuele factoren ten grondslag liggen aan stereotypering waardoor de spreker, luisteraar en interactie beïnvloed kunnen worden. Ten slotte is de accentsterkte en het geslacht van belang volgens Grondelaers et al. (2018). Door een milder accent ontstonden er meer positievere evaluaties. Dit was grotendeels bij het Limburgse accent doordat een lagere accentsterkte ervoor zorgde dat de negatieve stereotypingen wegvielen en het accent meer als nationale identiteit werd gezien. In het algemeen worden regionale accenten geaccepteerd zolang het accent niet te sterk is (Grondelaers et al. 2018)

### **Etnische accenten in Nederland**

Naast regionale accenten zijn er in Nederland veel etnische accenten. 15% van Nederland bestaat uit anderstaligen, wat inhoudt dat Nederlands niet hun moedertaal is en de Nederlandse taal is aangeleerd (Centraal Bureau Statistiek, 2023). Waar vroeger de moedertalige uitspraak als norm werd gezien, is de verstaanbaarheid nu het belangrijkste (Simon & Lybaert 2021). Toch zijn daar kanttekeningen te plaatsen aangezien verstaanbaarheid een moeilijk te definiëren begrip is. Verstaanbaarheid is ook afhankelijk van de context van de situatie. Zo kan het zijn dat als men naar de bakker gaat, bijvoorbeeld voor een brood, de vragen van de bakker niet begrijpt maar er wel van uit gaat dat de vragen doelen op wat men wil bestellen. Ten slotte wijzen Simon en Lybaert op het feit dat accenten van sprekers tot negatieve attitudes kunnen leiden. Door een negatieve attitude ten opzichte van het accent, zal de communicatie niet slagen.

Die negatieve attitudes zouden kunnen worden herleid naar stereotypering. Uit onderzoek van Grondelaers en Van Gent (2022) naar het effect van Marokkaanse accenten bij mannen en vrouwen komt naar voren dat er een groot verschil is tussen de Marokkaanse man en vrouw. Zo wordt een Marokkaanse man bijna altijd afgestoten ongeacht de accentsterkte, alleen op dynamiek scoort deze groep hoog. Een Marokkaanse vrouw zonder accent wordt daarentegen wel geaccepteerd. Een Marokkaanse man zal dus, volgens dit onderzoek, nooit gelijkwaardig gezien worden als een standaard Nederlander ook al heeft hij geen accent. Echter, de Marokkaanse man wordt wel hoger ingeschaald op dynamiek dan de standaard Nederlander. Het accent van de Marokkaanse man wordt ingeschaald als een accent dat uiterst geschikt is voor “hippe” beroepen zoals deejaying of advertising. De Marokkaanse vrouw wordt als ‘Nederlands’ beschouwd als zij accentloos kan praten. Ook scoort zij bovengemiddeld op dynamiek ten opzichte van Limburgers maar dat compenseert niet de superioriteit. Dit in tegenstelling tot de Marokkaanse man die dit wel weet te compenseren.

Het is mogelijk dat het Marokkaanse accent wordt afgekeurd door de maatschappij door het stereotype dat aan de Marokkaan is verbonden. Volgens Bouabid (2018) wordt een Marokkaanse man omschreven door middel van zes stereotypes die allemaal negatief zijn. Zo kan hij gezien worden als een ‘crimineel’, ‘probleemjongere’, ‘overlastgever’, ‘psychisch gestoorde’, ‘iemand met een deviant karakter’ en ‘iemand die een afkeer heeft tegen specifieke Nederlandse groepen’. Dit sluit aan op het onderzoek Kang en Yaw (2021) die stellen dat als de luisteraar negatief stereotiepe verwachtingen heeft over de superioriteit, sociale aantrekkelijkheid en dynamiek dan is de luisteraar geneigd hun vooroordeel door te trekken naar de hele groep. Ook bij het onderzoek van Sumantry en Choma (2021) komt dit naar voren. Daar scoorden de “lagere” etnische groepen minder op die schalen. Over het stereotype van de Marokkaanse vrouw is weinig te vinden. Zo beschrijft Van den Berg (2008) het stereotype als laagopgeleid en onderdrukt. Hierbij moet wel gezegd worden dat dit stereotype niet meer relevant zou kunnen zijn omdat we al enige jaren verder leven.

Dieper ingaand op de marketingwereld en het gebruik van accenten wordt het duidelijk dat congruentie een belangrijke rol speelt in het wel of niet accepteren van de boodschap (Hendriks et al., 2015). Zo kwam naar voren dat een reclame over wijn, een product dat bekend staat als het om Frankrijk gaat, beter werd beoordeeld door de consument als de boodschap met een Frans accent werd ingesproken. Dit sluit aan op het onderzoek van Hornikx et al. (2013) die een soortgelijk onderzoek deden door congruentie in te zetten bij reclameboodschappen.

Kanttekening bij het onderzoek was wel dat commercials met een buitenlands accent die niet congruent waren, slechter beoordeeld werden dan commercials zonder accent of met standaardtaal. Kijkend naar de regionale accenten in Nederland in combinatie met een congruente reclame, een onderzoek dat uitgevoerd is door Grondelaers en Studenten (2020), blijkt dat dit wel degelijk werkt. Zo is het laagprestigieuze Gronings accent, dat op alle schalen laag scoorde, wel geschikt om een boormachine te promoten. Simpelweg omdat het aansluit bij het stereotype van een Groninger.

### **Aanleiding onderzoeksvraag**

Er zijn dus weinig tot geen onderzoeken gedaan naar het gebruik van etnische accenten in reclames. Bij onderzoek van Grondelaers en Van Gent (2022), die het Marokkaanse accent wilde testen, kwam naar voren dat het Marokkaanse accent niet tot een verbetering leidde en zelfs slechter werd beoordeeld. Zo werd de conclusie getrokken dat de naam Ahmed of Mohammed gelijk weerstand opwekt, terwijl bij Marokkaanse vrouwennamen dat niet gebeurde. Dit zou dus kunnen komen doordat de mannelijke Marokkaan negatief wordt gestereotypeerd (Bouabid, 2018).

Daarnaast is het de vraag wat de leeftijd te maken heeft met de attitude tegenover een Marokkaans accent. Het zou kunnen dat bepaalde leeftijdsgroepen anders tegenover het Marokkaans accent staan. Zo worden er in de huidige reclames en overheids campagnes steeds meer gebruik gemaakt van mensen met een andere afkomst. Zo maakt Dove steeds meer gebruik van etnische minderheden in hun reclames (Yestra, 2020). Ook de overheid zet steeds meer in op etnische minderheden. Daar is de laatste coronacampagne een goed voorbeeld van waar meerdere etniciteiten in voorkwamen. Daarnaast toont onderzoek van Van der Valk en Törnberg (2019) aan dat het percentage van jongeren en volwassenen, die moslims accepteren, gestegen is naar 55%. In 2004 lag dit percentage nog lager. Toch is één op de tien van de burgers van Nederland voor discriminatie van moslims. Van der Valk en Törnberg (2019) geven aan dat deze islamofobie onderdeel blijft van de maatschappij door de laatste ontwikkelingen in de wereld. Zo hebben de terroristische aanslagen in omliggende landen, zoals Frankrijk, Duitsland en België, de islamofobie niet laten afnemen. Het is dus interessant om te kijken of jongeren juist meer open staan voor de Marokkaanse Nederlander of juist niet ten opzichte van de oudere generaties.

Er zijn dus veel factoren die van invloed zijn op de evaluatie van accenten. Zo wordt het standaard accent van een land het meest geaccepteerd en als norm gezien maar hoe milder het regionale accent hoe acceptabeler het wordt. Daarnaast komt naar voren dat congruentie een grote rol speelt bij het accepteren van een boodschap met een (regionaal) accent. Naast dat daar nu momenteel veel gebruik van gemaakt wordt in Nederlandse reclames, zoals bij Johma, Mora en Milner, blijft het gebruik van etnische accenten uit. Zo blijkt dat het accent van een Marokkaanse man slecht wordt beoordeeld op bijna alle schalen, wat komt door de Marokkaanse naam, maar op dynamiek scoort deze groep wel hoog. Bij een Marokkaanse vrouw is dat het tegenovergestelde, zij wordt wel op waarde geschat naarmate het accent afneemt maar als ze wel een accent heeft, scoort ze niet hoog genoeg op dynamiek om te compenseren met de superioriteit. Daarnaast blijkt dat de Marokkaanse man negatieve stereotypes aan zich heeft kleven waardoor het moeilijk voor hen is om geaccepteerd te worden. De naam Ahmed bijvoorbeeld zorgt voor negatieve associaties die de Nederlandse burger heeft van de Marokkaanse man.

Er is dus meer onderzoek vereist naar het effect van het Marokkaanse accent bij reclames. Het is dan ook interessant om te onderzoeken of het Marokkaanse accent in combinatie met congruentie een effect kan bewerkstelligen bij de luisteraar. Het is immers duidelijk dat het accent uiterst geschikt is voor “hippe” dingen zoals deejaying en dat het hoog scoort op dynamiek. Voor de wetenschap is het dus onderzoekwaardig om te bekijken of deze congruentie een acceptatie van het accent kan bewerkstelligen. Een Marokkaanse man zou een hippe opleiding, zoals een marketingopleiding, kunnen promoten. Hierbij zou dus sprake zijn van congruentie en dat zou effect kunnen hebben op de luisteraar.

De onderzoeksvraag die hieruit voortvloeit is: Is het Marokkaans accent geschikt om reclame te maken voor een hippe opleiding zoals marketing?

De deelvragen die hierbij zijn opgesteld, luiden als volgt:

1. Welke rol speelt het gender van de spreker bij het reclame maken voor een hippe opleiding zoals marketing?
2. Zijn Marokkaanse meisjes geschikter om reclame te maken dan de Marokkaanse mannen?

3. Is het Nederlandse accent beter om reclame mee te maken dan het Marokkaanse accent

## **Methode**

### **Design**

Bij dit onderzoek werd er gekozen voor een experimenteel ontwerp waarbij de onafhankelijke variabelen werden gemanipuleerd. Er werd gekozen voor een experimenteel onderzoek aangezien dat een van de betere methodes was om accent(sterkte) te meten, dit kan immers niet in bijvoorbeeld een corpusanalyse. Om de ecologische validiteit zo veel mogelijk te waarborgen, werd er geprobeerd de reclame zo veel mogelijk naar de realiteit te schetsen.

Er is gekozen voor een 2x2x2 design. Hierbij werden er twee opleidingen gebruikt, namelijk een HBO-rechtenstudie en een HBO Marketing & Reclamestudie. Er is voor deze opleidingen gekozen omdat het Marokkaanse accent hoog scoort op dynamiek wat goed zou passen bij marketing. Daarnaast werd er gebruik gemaakt van twee accenten. Zo kwamen er twee accenten voor, het autochtone accent en het Marokkaanse accent. Ten slotte werden er twee genders ingezet, mannen en vrouwen.

Voor de ingesproken reclames zijn er geen professionals ingezet. Om te waarborgen dat de spreker niet werd afgekeurd op basis van professionaliteit is ervoor gekozen de respondenten mede te delen dat het audities betreffen voor een nieuwe studiereclame. Daarnaast zijn er twee recallvragen ingezet om te kijken of de respondenten de desbetreffende steden nog op konden noemen na het horen van het spraakfragment.

### **Stimuli**

Er werd gewerkt met slogans waarin de twee bovenstaande studies worden aangeprezen. De slogans werden ingesproken door zowel mannelijke als vrouwelijke autochtonen als Marokkanen. Van elke factor waren er twee stimuli wat inhoudt dat er twee verschillende mannelijke autochtonen iets inspreken, twee verschillende vrouwelijke autochtonen iets inspreken et cetera. De studies waar reclame voor werd gemaakt, bevonden zich in Apeldoorn

en Amersfoort. De HBO-rechtenopleiding bevond zich in Apeldoorn en HBO Marketing & Reclame bevond zich in Amersfoort. Er werd hiervoor gekozen omdat de namen sterk vergelijkbaar zijn, de plaatsen ongeveer even groot zijn, bij elkaar in de buurt liggen en het zou leiden tot een interessantere recall. De respondenten kregen in totaal twee stimuli te horen waarbij ze één autochtoon accent en één Marokkaans accent te horen kregen.

### **Pre-experiment**

Voor het experiment zijn er twee pre-experimenten gedaan om te kijken hoe de sprekers werden beoordeeld op basis van hun Marokkaanse accent en Nederlandse accent. Zo is bij het eerste pre-experiment 17 samples gemeten onder 28 respondenten. Als 75% van de respondenten de etniciteit herkende, werd diegene gebruikt in het tweede pre-experiment. Bij de sprekers bij wie dat niet het geval was dan werden zij niet meer gebruikt bij het andere pre-experiment. Bij het tweede pre-experiment zijn er 12 samples beoordeeld door 14 respondenten waarna de sprekers zijn uitgekozen voor het hoofdexperiment. Dit vormde dus uiteindelijk de spraakstimuli van het experiment.

### **Instrumentatie**

Er werd gebruik gemaakt van 16 schalen die in functie zijn van reclameattitude, productattitude en overtuigingskracht. Deze schalen werden opgedeeld in superioriteit, dynamism, integrity en overtuigingskracht. Deze bevatten 4 Likert schalen met een 7-punts schaal van helemaal mee oneens (1) tot helemaal mee eens (7).

Daarnaast werd er gebruik gemaakt van recallvragen. Hierbij kan gedacht worden aan bijvoorbeeld “In welke stad wordt de nieuwe Rechten-opleiding aangeboden waarvoor u daarnet een advertentie hebt gehoord?”. Ook werden de demografische schalen behandeld om de respondent in kaart te brengen. Ten slotte werd er gebruik gemaakt van een debriefingsvraag om te bepalen of de respondenten de bedoeling door hebben.

### **Proefpersonen**

In totaal werden er 309 respondenten bevraagd maar na een schifting bleven er 255 respondenten over. Zo waren er respondenten die niet tot de doelgroep behoorden en daardoor

buiten de boot vielen. Zo zijn bijvoorbeeld zeven non-binaire respondenten vanwege statistische redenen uit de sample verwijderd. De overgebleven respondenten kregen twee stimuli te horen krijgen. De respondenten hadden een leeftijd van 18 tot en met 24 jaar en deden een WO/HBO studie, MBO studie of zaten nog op het Middelbare onderwijs aangezien dit het meest geloofwaardig is. De advertenties wilden namelijk toekomstige studenten lokken en dat is voornamelijk in deze leeftijdscategorie. Uiteindelijk zijn MBO en middelbaar onderwijs samengevoegd door statistische redenen. Daarnaast werd gender gecontroleerd zodat beide geslachten evenredig waren. Ten slotte waren er geen regionale beperkingen zodat het makkelijker was om het experiment te generaliseren.

Van de respondenten die mee hebben gedaan, is de gemiddelde leeftijd 22,25 jaar met een standaardafwijking van 1.62. Daarnaast zijn de leeftijden opgesplitst in twee categorieën in leeftijden van 18 tot en met 22 en 23 tot en met 24 jaar. Van het totale aantal deelnemers was 57,6% vrouw 42,2% man. Hierbij kan gesteld worden dat gender eerlijk verdeeld is  $\chi^2(1) = 2.932, p = .087$ . Daarnaast is er geprobeerd zo evenredig mogelijk de respondenten uit zoveel mogelijk provincies te laten komen. Zo is 42,7% van de respondenten uit het zuiden afkomstig, 31% uit Midden-Nederland en 26,3% uit de Randstad.

Het meest voorkomende opleidingsniveau was HBO met een percentage van 54,1%, daaropvolgend Universitair 36.9% en tot slot Middelbaar Onderwijs 9%.

1

<i>RespAge</i>	<i>RespGender</i>		<i>Total</i>
	Man	Vrouw	
Age1	44 36.4 %	77 63.6 %	121 100 %
Age2	64 47.8 %	70 52.2 %	134 100 %
<b>Total</b>	108 42.4 %	147 57.6 %	255 100 %

$\chi^2=2.932 \cdot df=1 \cdot \phi=0.115 \cdot p=0.087$

*Tabel 1 Leeftijd van de respondenten*

<i>RespAge</i>	<i>RespRegion</i>			<i>Total</i>
	Midden	Rand	Zuid	
Age1	42 34.7 %	37 30.6 %	42 34.7 %	121 100 %
Age2	37 27.6 %	30 22.4 %	67 50 %	134 100 %
<b>Total</b>	79 31 %	67 26.3 %	109 42.7 %	255 100 %

$\chi^2=6.135 \cdot df=2 \cdot \text{Cramer's } V=0.155 \cdot p=0.047$

Tabel 2 De plaatsen waar de respondenten afkomstig van zijn

<i>RespAge</i>	<i>RespEducation</i>			<i>Total</i>
	HBO	Middel- baar	Universi- tair	
Age1	63 52.1 %	15 12.4 %	43 35.5 %	121 100 %
Age2	75 56 %	8 6 %	51 38.1 %	134 100 %
<b>Total</b>	138 54.1 %	23 9 %	94 36.9 %	255 100 %

$\chi^2=3.200 \cdot df=2 \cdot \text{Cramer's } V=0.112 \cdot p=0.202$

Tabel 3 De opleidingen van de respondenten

## Procedure

Het experiment vond digitaal plaats, bij de proefpersoon thuis, en het betrof een tussenproefsdesign. Er werd voor een thuissituatie gekozen omdat dat normaliter het meest vertrouwd voor de proefpersoon is en het daardoor zo min mogelijk invloed zou hebben op de testresultaten. De proefpersoon nam door middel van een Qualtrics-link deel aan het onderzoek. Hierbij kregen de respondenten een introductie te zien van het experiment met een korte uitleg. Hierna kreeg de respondent een advertentie met een ingesproken slogan te horen. Na de advertentie kreeg de luisteraar vragen over hoe de advertentie werd beoordeeld. Dit deden de respondenten thuis op vrijwillige basis. De respondent beoordeelde twee van de acht stimuli. Ten slotte is er veel gebruik gemaakt van de Snowball techniek (Etikan et al. 2016). Mensen zijn gevraagd de enquête door te sturen naar anderen die tot de doelgroep behoorden. Dit is

gedaan om zoveel mogelijk respondenten te werven. De vragenlijst is terug te vinden in de bijlage.

### **Statistische toetsing**

De onderzoeksvragen zijn beantwoord door verschillende statistische toetsingen. Zo is er gebruik gemaakt van principale componenten analyse om de dataset samen te vatten en samenhang tussen gegevens zichtbaar te maken, is er een tweeweg ANOVA uitgevoerd en een logistische regressie voor de Recall.

## Resultaten

### Principle Component Analysis

In het begin van de analyse werden de schalen dynamism, integrity, superioriteit en overtuigingskracht gereduceerd met behulp van een factoranalyse. Hierbij werd een Principle Component Analyse uitgevoerd met varimax rotatie en selectie criterium Eigenvalue < 1. Deze analyse liet een model zien met drie factoren. Op de eerste schaal scoorden Deskundig, Hoogopgeleid, Intelligent en Welvarend hoog. Deze schaal wordt dan ook gedefinieerd als Superioriteit. De tweede dimensie scoort hoog op Sociaal, Modern, Behulpzaam en Vriendelijk. Deze schaal wordt gedefinieerd als Integrity. De derde dimensie scoort hoog op Zelfverzekerd, Krachtig, Goede leider en Overtuigend. Deze dimensie wordt gedefinieerd als Power.

**Tabel 4 Resultaten van de Principle Component Analysis**

	<i>Superioriteit</i>	<i>Integrity</i>	<i>Power</i>
Overtuigend	.413	.267	<b>.677</b>
Gastvrij	.480	.574	.338
Zelfverzekerd	.251	.175	<b>.820</b>
Deskundig	<b>.744</b>	.157	.443
Hoogopgeleid	<b>.654</b>	.192	.222
Sociaal	.304	<b>.724</b>	.367
Modern	.102	<b>.701</b>	.344
Goede Leider	.444	.275	<b>.644</b>
Behulpzaam	.443	<b>.693</b>	.156
Betrouwbaar	.644	.522	.241
Krachtig	.275	.238	<b>.782</b>
Vriendelijk	.419	<b>.753</b>	.127
Cool	.034	.465	.554

Geloofwaardig	.629	.360	.429
Intelligent	<b>.825</b>	.320	.221
Welvarend	<b>.765</b>	.304	.220

---

## Recall

Om te kijken of de respondenten de opleidingen, die genoemd werden in het experiment, in de juiste plaats konden plaatsen, werden de kwalitatieve returns per opleiding gehercodeerd in de categorieën Correct/Incorrect. Op deze categorieën werd daarna een logistische mixed effects regressie uitgevoerd met als fixed effects de gemanipuleerde variabelen Ethniciteit en Gender, de gemiddelden over de factoren Superiority, Power en Integrity, alsook alle tweewegsinteractie tussen de predictoren.. Als random effect werd het individuele ID van elke respondent toegevoegd.

Daarnaast bleek uit de recallanalyse voor Marketing & Reclame dat er geen significante hoofdeffecten of interacties waren.

Ten slotte bleek uit de recallanalyse voor Recht een significant hoofdeffect van Gender. Vrouwelijke respondenten hadden beter onthouden dat de rechtenstudie in Amersfoort zat ( $p = .026$ ). Er was ook een marginaal significant interactie tussen Gender en Ethniciteit waarbij het gendereffect voornamelijk beperkt was tot autochtone vrouwen ( $p = .055$ )

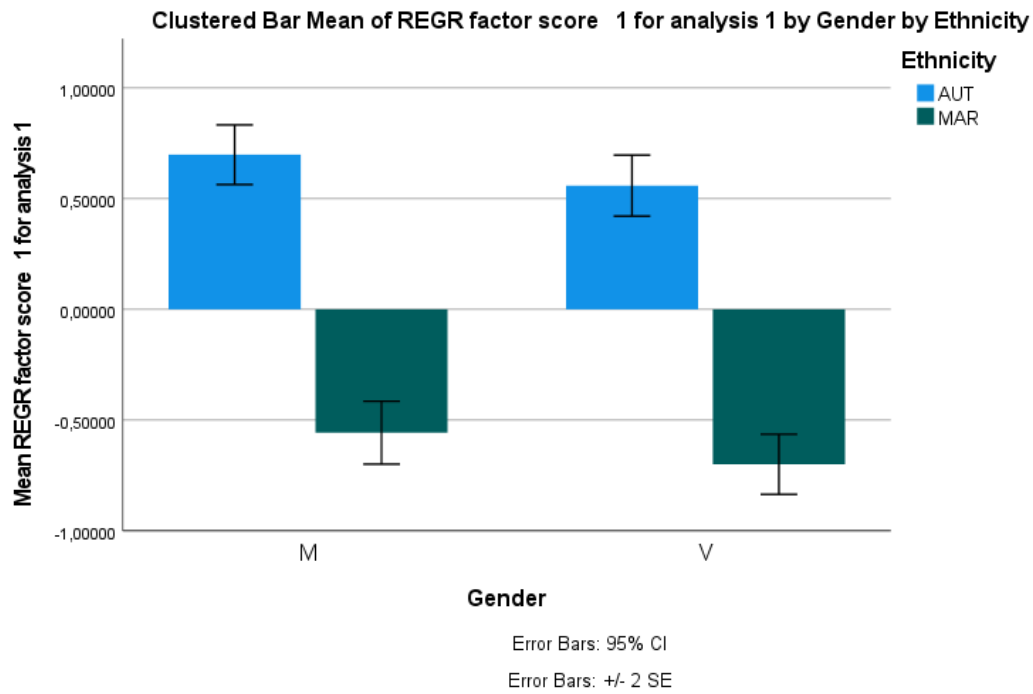
## Anova

Uit de tweeweg variantie-analyse van Gender, Ethniciteit en Opleiding op superioriteit bleek een significant hoofdeffect van Ethniciteit ( $F(1, 502) = 333.274, p < .001$ ). Daarnaast bleek een significant hoofdeffect van Gender ( $F(1, 502) = 4.317, p = .038$ ). Er bleek geen significant hoofdeffect van Opleiding ( $F(1, 502) < 1, p = .898$ ) en trad er ook geen interactie op tussen Ethniciteit en Gender ( $F(1, 502) < 1, p = .978$ ), Ethniciteit en opleiding ( $F(1, 502) = 1.537, p = .216$ ), Gender en opleiding ( $F(1, 502) < 1, p = .629$ ) en ethniciteit, Gender en opleiding ( $F(1, 502) < 1, p = .629$ ).

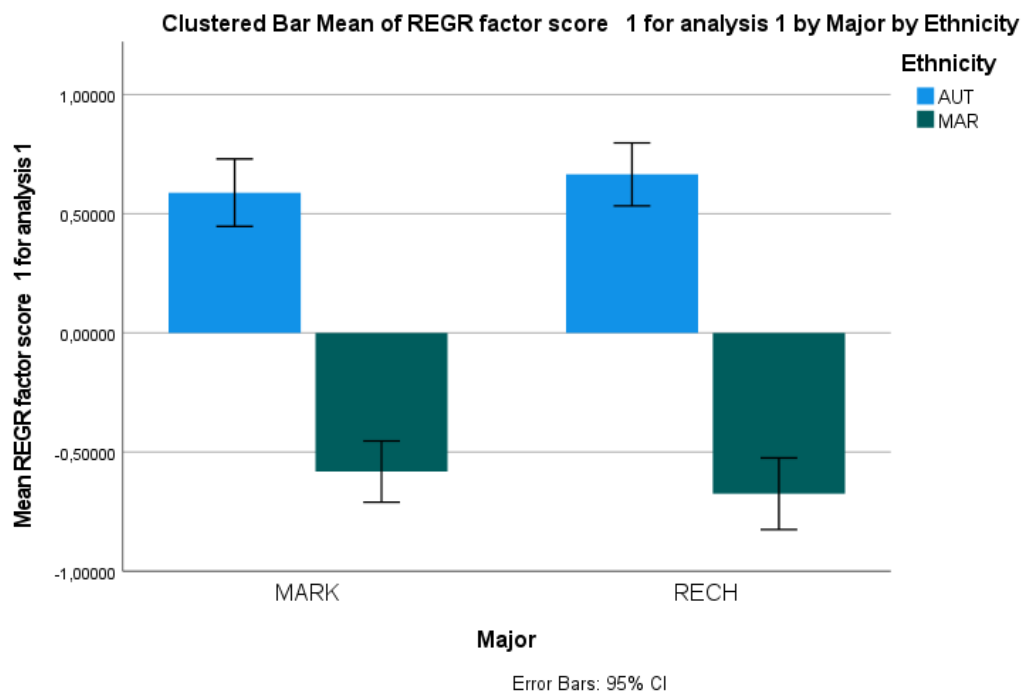
502) < 1,  $p = .466$ ). Om de hoofdeffecten van Etniciteit en Gender te interpreteren is tabel 4 nodig met gemiddelden en standaardafwijkingen. Het bleek dat autochtonen ( $M = 4.76$ ,  $SD = 1.23$ ) hoger werden beoordeeld dan Marokkanen ( $M = 3.39$ ,  $SD = 1.17$ ) op superioriteit. Daarnaast bleek dat mannen ( $M = 4.14$ ,  $SD = 1.44$ ) hoger werden beoordeeld op superioriteit dan vrouwen ( $M = 4.00$ ,  $SD = 1.32$ ).

**Tabel 4 Superioriteit**

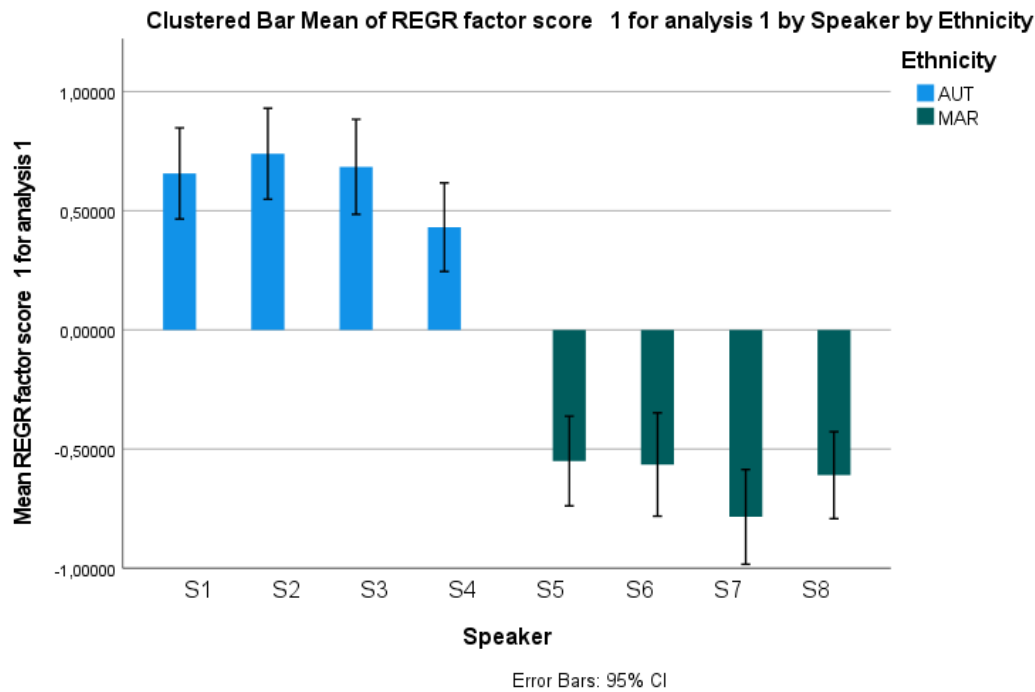
	<i>Df</i>	<i>M</i>	<i>F</i>	<i>Sig</i>
Etniciteit	1	201.267	333.274	<.001
Gender	1	2.607	4.317	.038
Opleiding	1	.010	.016	.898
Etniciteit * Gender	1	.000	.001	.978
Etniciteit * Opleiding	1	.928	1.537	.216
Gender * Opleiding	1	.141	.234	.629
Etniciteit* Gender* Opleiding	1	1.324	2.192	.139
Error	502	.604		
Totaal	510			



*Figuur 1 Sprekers met een Marokkaans accent worden negatiever beoordeeld op superioriteit*



*Figuur 2 Sprekers met een Marokkaans accent worden negatiever beoordeeld op superioriteit*



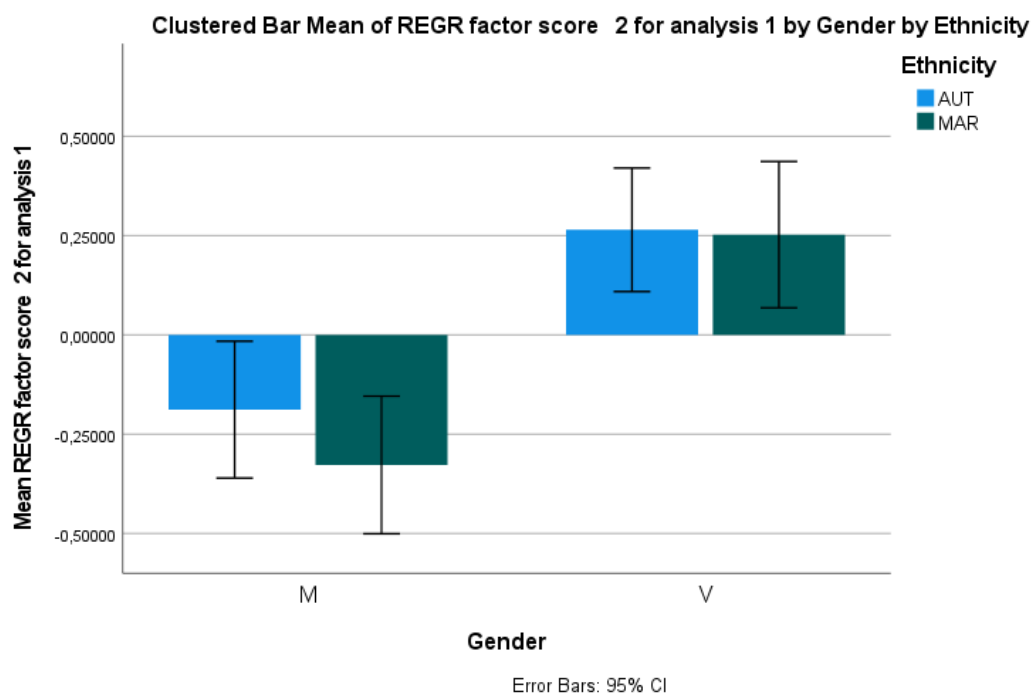
Figuur 3 Sprekers met een Marokkaans accent worden slecht beoordeeld op superioriteit

Uit de tweeweg variantie-analyse van Gender, Etniciteit en Opleiding op Integrity bleek een significant hoofdeffect van Gender ( $F(1, 502) = 36.149, p < .001$ ). Er bleek geen significant hoofdeffect van etniciteit ( $F(1, 502) = .795, p = .373$ ). Daarnaast bleek er geen significant hoofdeffect van Opleiding ( $F(1, 502) < 1, p = .633$ ) en trad er ook geen interactie op tussen Etniciteit en Gender ( $F(1, 502) < 1, p = .464$ ), Etniciteit en opleiding ( $F(1, 502) < 1, p = .847$ ), Gender en opleiding ( $F(1, 502) < 1, p = .804$ ) en etniciteit, Gender en opleiding ( $F(1, 502) < 1, p = .129$ ). Om het hoofdeffect van Gender te interpreteren is tabel 2 nodig met gemiddelden en standaardafwijkingen. Het bleek dat mannen ( $M = 4.17, SD = 1.32$ ) lager werden beoordeeld op Integrity dan vrouwen ( $M = 4.53, SD = 1.23$ ).

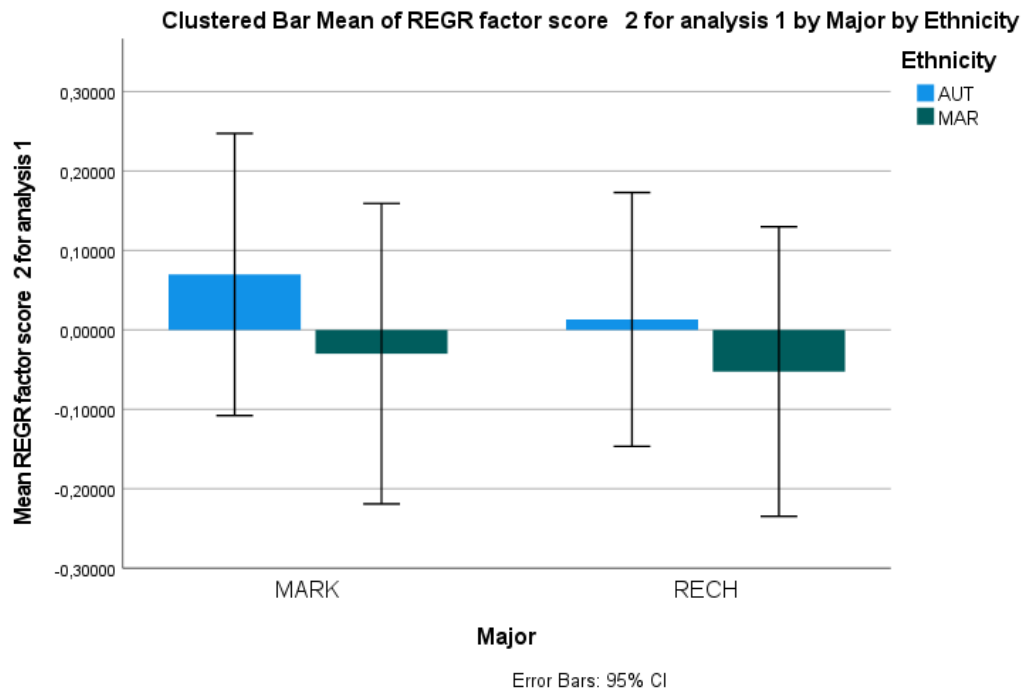
Tabel 5 Integrity

	<i>Df</i>	<i>M</i>	<i>F</i>	<i>Sig</i>
Etniciteit	1	.750	.795	.373
Gender	1	34.076	36.149	<.001
Opleiding	1	.216	.229	.633
Etniciteit * Gender	1	.506	.537	.464

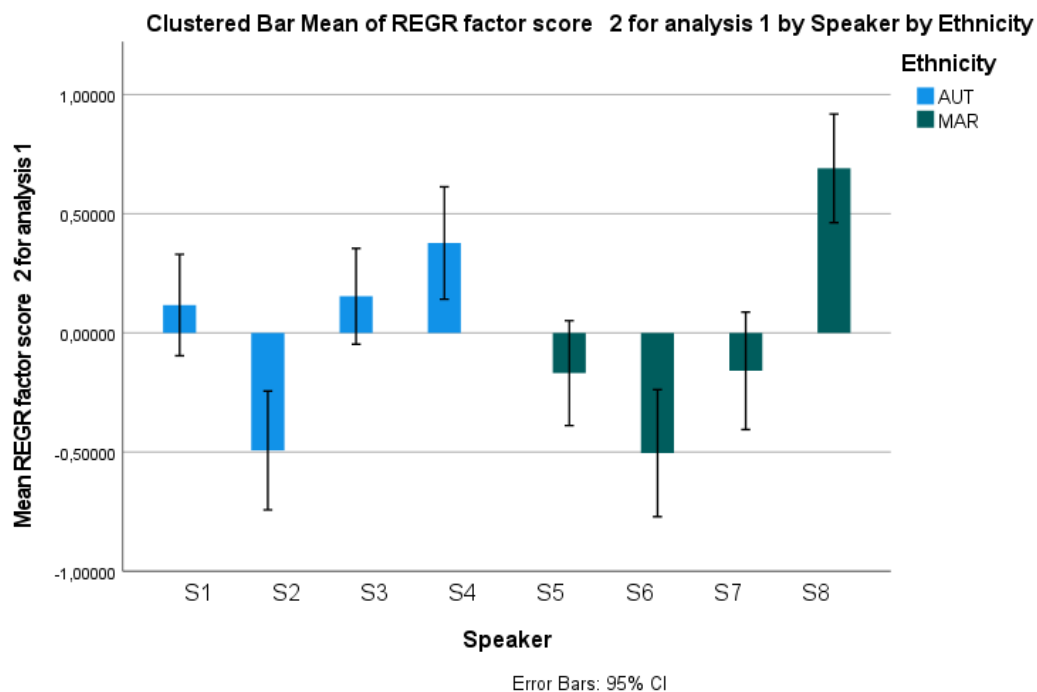
Etniciteit * Opleiding	1	.035	.037	.847
Gender * Opleiding	1	.058	.062	.804
Etniciteit* Gender* Opleiding	1	122	.122	.129
Error	502	.943		
Totaal		510		



Figuur 4 Vrouwen worden hoger beoordeeld op Integrity



Figuur 5 Weinig verschil tussen Major en Integrity



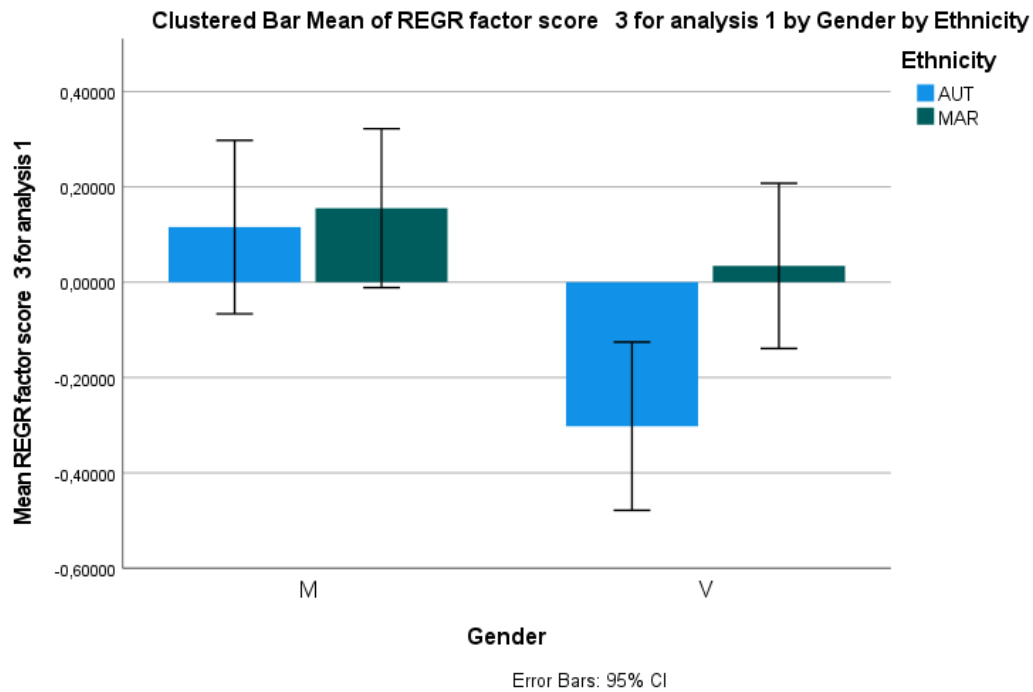
Figuur 6 Geen significant verschil tussen Speaker en Integrity

Uit de tweeweg variantie-analyse van Gender, Etniciteit en Opleiding op Power bleek een significant hoofdeffect van Etniciteit ( $F(1, 502) = 4.6682, p = .032$ ). Daarnaast bleek een significant hoofdeffect van Gender ( $F(1, 502) = 9.579, p = .002$ ). Er bleek geen significant hoofdeffect van Opleiding ( $F(1, 502) < 1, p = .487$ ) en trad er ook geen interactie op tussen

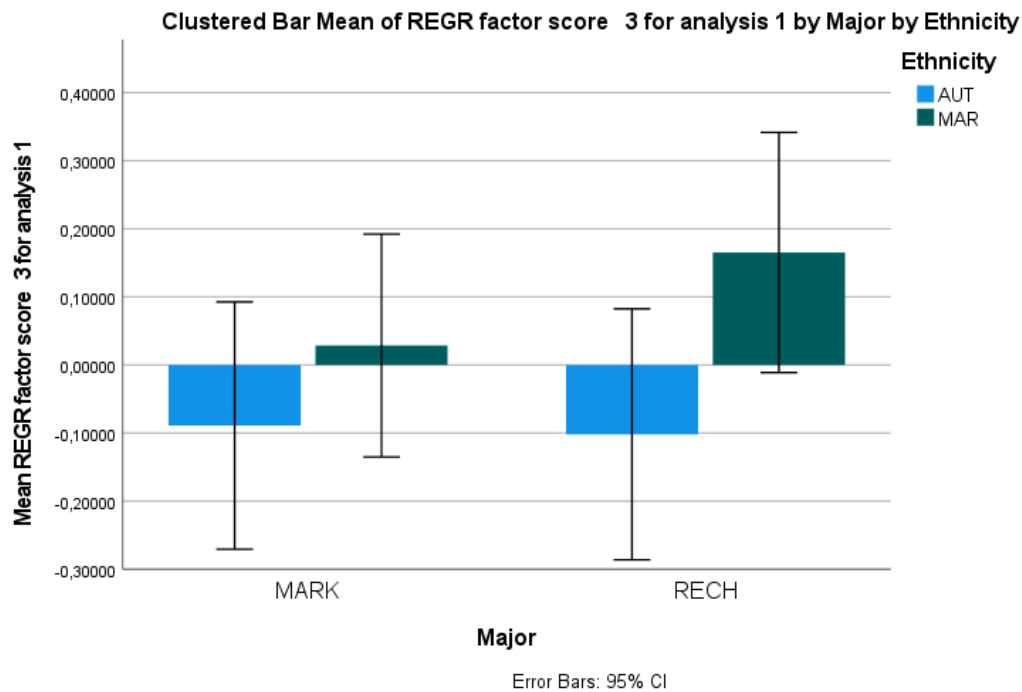
Etniciteit en Gender ( $F(1, 502) = 2.896$ ,  $p = .089$ ), Etniciteit en opleiding ( $F(1, 502) < 1$ ,  $p = .393$ ), Gender en opleiding ( $F(1, 502) < 1$ ,  $p = .614$ ) en etniciteit, Gender en opleiding ( $F(1, 502) = 2.192$ ,  $p = .139$ ). Om de hoofdeffecten van Etniciteit en Gender te interpreteren is tabel 2 nodig met gemiddelden en standaardafwijkingen. Het bleek dat autochtonen ( $M = 4.12$ ,  $SD = 1.48$ ) hoger werden beoordeeld dan Marokkanen ( $M = 3.67$ ,  $SD = 1.40$ ) op power. Daarnaast bleek dat mannen ( $M = 3.97$ ,  $SD = 1.52$ ) hoger werden beoordeeld op power dan vrouwen ( $M = 3.82$ ,  $SD = 1.37$ ).

**Tabel 3 Power**

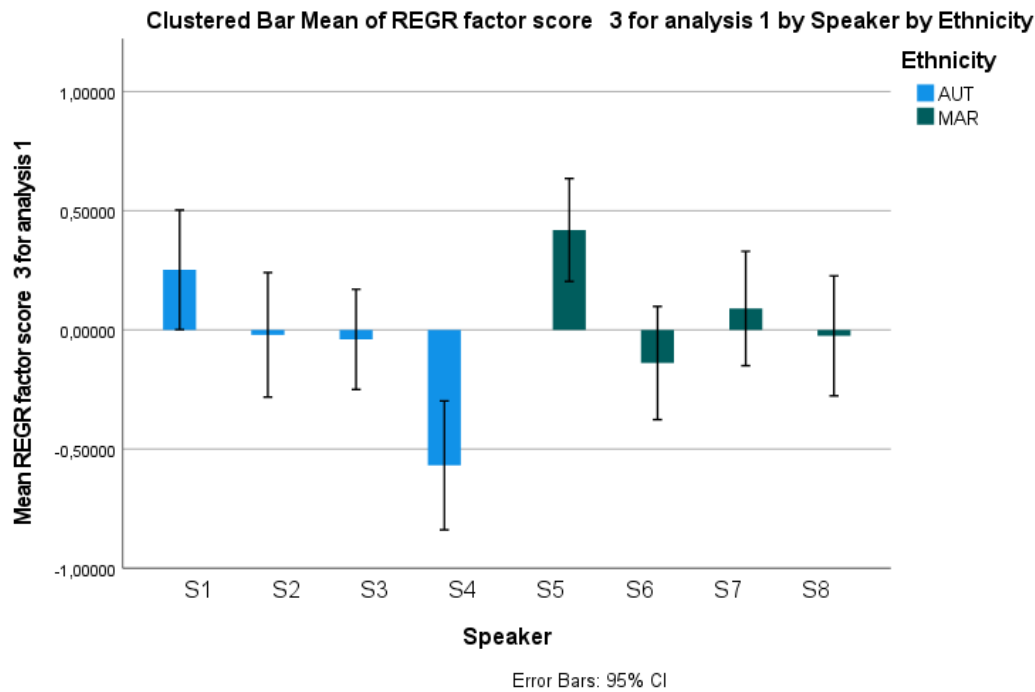
	<i>Df</i>	<i>M</i>	<i>F</i>	<i>Sig</i>
Etniciteit	1	4.573	4.6682	.031
Gender	1	9.356	9.579	.002
Opleiding	1	.492	.504	.487
Etniciteit * Gender	1	2.828	2.896	.089
Etniciteit * Opleiding	1	.712	.729	.393
Gender * Opleiding	1	.248	.254	.614
Etniciteit* Gender* Opleiding	1	.519	.532	.466
Error	502	.943		



Figuur 7 Significant verschil van Power op Gender. Vooral autochtone vrouwen scoren laag.



Figuur 8 Marokkanen scoren hoger op power maar er is geen significant verschil



Figuur 9 Geen significante verschillen tussen power en etniciteit

**Tabel 2 De gemiddelde beoordeling en standaarddeviatie van autochtone sprekers, Marokkaanse sprekers, mannelijke sprekers, vrouwelijke sprekers en de studies marketing en rechten op de factoren Superioriteit, Integriteit en Power.**

	<i>Autochtonen</i>	<i>Marokkanen</i>	<i>Man</i>	<i>Vrouw</i>	<i>Marketing</i>	<i>Rechten</i>
Superioriteit 4.10(1.38)	4.76(1.23)	3.39 (1.17)	4,14 (1,44)	4.00(1.32)	4.04(1.38)	
Integriteit 4.35(1.27)	4.62 (1.19)	4.08(1.32)	4.17(1.32)	4.53 (1.23)	4.36(1.32)	
Power (1.46)	4.12 (1.48)	3.67 (1.40)	3.97 (1.52)	3.82 (1.37)	3.88 (1.45)	3.91

**Tabel 3 De gemiddelde beoordeling en bijbehorende standaarddeviatie van de autochtone mannelijke en vrouwelijke sprekers en Marokkaanse mannelijke en vrouwelijke sprekers op de factoren Superioriteit, Integriteit en Power**

	<i>Autochtoon (Man)</i>	<i>Marokkaan(Man)</i>	<i>Autochtoon (Vrouw)</i>	<i>Marokkaan (Vrouw)</i>
Superioriteit	4.85(1.24)	3.46(1.28)	4.67(1.21)	3.32 (1.06)

Integriteit	4.50 (1.21)	3.66(1.31)	4.72 (1.30)	4.18(1.30)
Power	4.32 (1.51)	3.63 (1.46)	3.92 (1.52)	3.71 (5.25)

---

## Conclusie

Bij dit hoofdstuk worden er antwoorden gegeven op de onderzoeksvragen die zijn opgesteld op pagina 9. Deze vragen worden hieronder nogmaals beschreven waarna het antwoord erop volgt.

**Hoofdvraag:** De onderzoeksvraag die hieruit voortvloeit is: Is het Marokkaans accent geschikter om reclame te maken voor een hippe opleiding zoals Marketing ten opzichte van een opleiding als rechten?

Nee, het blijkt dat het Marokkaanse accent, vergeleken met het Nederlandse accent, ten alle tijden wordt afgekeurd. Als ambassadeur van een opleiding van een Nederlandse hogeschool mag je absoluut niet Marokkaans klinken. Het Nederlands accent scoort in het algemeen veel beter. Alleen bij de opleiding Rechten scoort de Marokkaan hoger op Power maar dit is geen significant verschil.

De deelvragen die bij de hoofdvraag zijn opgesteld zijn:

**1. Welke rol speelt het gender van de spreker bij reclame maken voor een hippe opleiding zoals marketing?**

Het blijkt dat mannen (autochtoon of Marokkaans) hoger scoren op superioriteit en power dan de vrouwen. Vrouwen scoren daarentegen wel hoger op Integrity. De vrouwen komen met hun accent sympathieker over dan de mannen. Toch is er op basis van Integrity weinig verschil tussen het aanprijzen van rechten en Marketing. De bandbreedtes overlappen elkaar namelijk zoals te zien in figuur 8. Ook scoort de opleiding rechten zowel bij de man als vrouw hoger op power met het Marokkaanse accent.

**2. Zijn Marokkaanse meisjes geschikter om reclame te maken dan de Marokkaanse mannen?**

Het Marokkaanse accent van een meisje wordt sympathieker gevonden dan het accent van een Marokkaanse man. Het mannelijke Marokkaanse accent wordt daarentegen juist meer superieur gevonden. Op basis van dit onderzoek is niet te bepalen welk accent geschikter is om reclame te maken. Simpelweg omdat het Marokkaanse accent, vergeleken met het autochtone accent, niet geaccepteerd wordt. Hier zou meer onderzoek naar gedaan moeten worden.

**3. Is het Nederlandse accent beter om reclame mee te maken dan het Marokkaanse accent?**

Ja, het Marokkaanse accent wordt ten alle tijden afgeschoten. Als je Marokkaans klinkt, word je afgekeurd door de Nederlander van 18 tot en met 24 jaar. Vergeleken met het accent van de autochtoon bij een reclame wordt het Marokkaans accent bij een reclame altijd afgewezen. Kortom, als je accent hebt, vallen alle kwaliteiten weg en word je automatisch slecht beoordeeld.

## Discussie

Het blijkt dus dat het Marokkaanse accent ten alle tijden wordt afgekeurd. Marokkanen worden niet serieus genomen als ambassadeur voor een opleiding als ze Marokkaans klinken. Desondanks blijft deze groep wel hoog scoren op dynamiek maar dat is niet genoeg om de marketingopleiding, die goed zou kunnen passen bij het Marokkaanse accent, te promoten. Het autochtone accent wordt dus wel geaccepteerd wat overeenkomt met het onderzoek van Grondelaers en Van Gent (2022) die stelden dat als een Marokkaan Marokkaans zou klinken, diegene zou worden afgekeurd. Daarbij werden wel de namen van de mensen die de boodschap inspraken genoemd. Dat was bij dit experiment niet het geval. Toch zou het kunnen dat het accent van een Marokkaan bepaalde stereotypen, die Bouabid (2018) benoemt in zijn artikel, oproept bij de luisteraar. Ook zouden daar andere argumenten ten grondslag aan kunnen liggen. Zo zou het autochtone accent geschaald kunnen worden op mensen uit een hogere klasse dan het Marokkaanse accent wat volgens Sumantry en Choma (2021) kan leiden tot een negatievere waardering. Daarnaast stellen Sumantry en Choma (2021) dat groepen die hoger op dynamiek scoren, worden gezien als groepen die eerder de confrontatie aangaan. Iets wat kan aansluiten op het negatieve beeld van de Marokkaan wat vele Nederlanders kunnen hebben door de laatste jaren in Nederland. Zo heeft de Mocro Maffia, wat zich door heel Nederland afspeelt, geen positieve invloed op het stereotype van de Marokkaan. Het nieuws wordt regelmatig gevoed met items over de daden van deze bendes. Zo zijn er de afgelopen jaren meerdere liquidaties geweest op bekende en personen zoals Peter R. De Vries en de advocaat Derk Wiersum die uit naam van Redouan Taghi (Marokkaanse Nederlander) zijn uitgevoerd. Deze incidenten kunnen een grote impact hebben op de Nederlandse publieke opinie.

Door middel van congruentie wilden we een acceptatie van het Marokkaanse accent bewerkstelligen. Zo scoort dit accent hoog op dynamiek en dat zou goed kunnen passen bij een opleiding als Marketing. Zo bleek uit eerdere onderzoek van Grondelaers et al. (2010) dat bijvoorbeeld een Gronings accent wel werd gewaardeerd bij een boormachine omdat de luisteraars een boormachine en een Gronings accent goed bij elkaar vonden passen. Toch is dat bij het promoten van een marketingopleiding nog niet genoeg om acceptatie te krijgen van het Marokkaanse accent. Dit zou ook aan het stereotype van de Marokkaan kunnen liggen. Zo wordt volgens Grondelaers et al. (2010) een Gronings stereotype getypeerd als boers wat minder negatief zou kunnen worden gezien dan een Marokkaan die onder meer getypeerd wordt als crimineel (Bouabid, 2018).

Wat ook opvalt is dat de vrouw een stuk lager scoort op power wat kan duiden dat er nog steeds sprake is van seksisme in Nederland. De power van de blanke man wordt nog steeds als krachtiger ervaren dan de blanke vrouw.

Ten slotte valt op dat hoe hoger iemand opgeleid is, hoe slechter het Marokkaanse accent wordt beoordeeld. Dit kan aan vele factoren liggen zoals leeftijd en scholing. Zo zijn mensen op het middelbare nog wat jonger en zouden minder met die verschillen bezig kunnen zijn. Het is dan ook zorgelijk te noemen dat mensen met een hogere opleiding het Marokkaanse accent minder beoordelen.

### **Beperkingen**

Qua beperkingen komt alleen de rol van accentsterkte omhoog. Het waren immers geen professionele spraakopnames die daadwerkelijk als een echte reclame klonken. Daardoor was er variëteit in de spraakstimuli. De een klonk wat vlotter dan de ander of de een was wat gehaaster dan de ander. Uiteindelijk is dit opgelost door de respondenten te informeren dat de spraakstimuli die zij te horen kregen audities waren. Zo dacht men dat degenen die het inspraken auditie deden om een reclameboodschap in te spreken voor het promoten van een opleiding.

### **Vervolgonderzoek**

Voor vervolgonderzoek is het van belang dat accentsterkte goed getoetst wordt. Zo zouden de manipulaties geprofessionaliseerd kunnen worden zodat het als echte reclames klinken.

Ook kan er bijvoorbeeld meer onderzoek gedaan worden naar hoe het Marokkaanse accent meer geaccepteerd kan worden in de Nederlandse samenleving. Daarnaast is het van belang meer onderzoek te doen naar waar het Marokkaanse accent wel bij kan worden ingezet. Het blijkt nu dat een Marokkaan nog geen geschikte ambassadeur is van het aanprijzen van een opleiding. Toch zou het accent misschien wel matchen met een bepaald product dat te koppelen is aan dynamiek. Zo zouden er misschien bepaalde groepen kunnen zijn die het Marokkaanse accent wel positief waarderen of wordt het Marokkaanse accent in een bepaalde context wel gewaardeerd.

Daarnaast is het voor vervolgonderzoek belangrijk om dieper in te gaan op de verschillen en hoe genderstereotypen en genderrollen van invloed kunnen zijn op de perceptie van het Marokkaanse accent. Dit kan het ontwikkelen van effectievere reclame strategieën verbeteren.

Ten slotte kan er nog onderzoek worden gedaan naar de specifieke aspecten van het Marokkaanse accent wat bijdraagt aan de negatieve beoordelingen en hoe deze aspecten kunnen worden verbeterd zodat het accent beter gewaardeerd wordt.

Kortom, het Marokkaanse accent wordt afgekeurd als men het inzet voor het promoten van opleidingen zoals marketing of rechten. Dit komt voornamelijk door het negatieve stereotype wat als een wolk om de Marokkaan heen hangt. Door de recente jaren waar de Marokkaan voornamelijk negatief in het nieuws komt, is er weinig ruimte voor verbetering. Dit heeft veel impact op de maatschappij en zal ook niet zomaar omgedraaid kunnen worden. Toch is het van belang het Marokkaanse accent acceptabel te maken in de Nederlandse samenleving om zo de discriminatie te stoppen.

## APA

Bouabid, A. (2018). De Marokkanenpaniek: een geïntegreerde morele paniekbenadering van het stigma 'Marokkaan' in Nederland [Proefschrift, Erasmus Universiteit Rotterdam]. Boom criminologie uitgeverij.

Centraal Bureau voor de Statistiek. (2023, 3 januari). *Hoeveel inwoners hebben een herkomst buiten Nederland*. <https://www.cbs.nl/nl-nl/dossier/dossier-asiel-migratie-en-integratie/hoeveel-inwoners-hebben-een-herkomst-buiten-nederland>

Etikan, I., Alkassim, R., & Abubakar, S. (2016). Comparison of snowball sampling and sequential sampling technique. *Biometrics and Biostatistics International Journal*, 3(1), 55.

Fuertes, J. N., Gottdiener, W. H., Martin, H., Gilbert, T. C., & Giles, H. (2012). A meta-analysis of the effects of speakers' accents on interpersonal evaluations. *European Journal of Social Psychology*, 42(1), 120-133.

Gluszek, A., & Dovidio, J. F. (2010). The way they speak: A social psychological perspective on the stigma of nonnative accents in communication. *Personality and social psychology review*, 14(2), 214-237.

Grondelaers, S., & Speelman, D. (2015). A quantitative analysis of qualitative free response data. *Change of Paradigms: New Paradoxes*, 361-384.

Grondelaers, S., van Hout, R., & van Gent, P. (2018). Re-evaluating the Prestige of Regional Accents in Netherlandic Standard Dutch: The Role of Accent Strength and Speaker Gender. *Journal of Language and Social Psychology*, 38(2), 215–236. <https://doi.org/10.1177/0261927x18810730>

Grondelaers, S. & studenten (2020). Rapport over BA-kring Regionale accenten in landelijke marketing. *Nijmegen: RU Nijmegen*.

Grondelaers, S., van Hout, R., & Steegs, M. (2010). Evaluating Regional Accent Variation in Standard Dutch. *Journal of Language and Social Psychology*, 29(1), 101–116. <https://doi.org/10.1177/0261927x09351681>

Grondelaers, S., & van Hout, R. (2010). Is Standard Dutch with a regional accent standard or not? Evidence from native speakers' attitudes. *Language Variation and Change*, 22(2), 221–239. <https://doi.org/10.1017/s0954394510000086>

Grondelaers, S., & van Gent, P. (2022). Aicha Is More Dutch but Less Dynamic than Ahmed: The Gendered Nature of Race in the Netherlands. *Dutch Crossing*, 1-17.

Hendriks, B., van Meurs, F., & van der Meij, E. (2015). Does a Foreign Accent Sell? The Effect of Foreign Accents in Radio Commercials for Congruent and Non-Congruent Products. *Multilingua*, 34(1), 119–130. <https://doi.org/10.1515/multi-2013-0048>

Hornikx, J., van Meurs, F., & Hof, R.-J. (2013). The Effectiveness of Foreign-Language Display in Advertising for Congruent versus Incongruent Products. *Journal of International Consumer Marketing*, 25(3), 152–165. <https://doi.org/10.1080/08961530.2013.780451>

Kang, O., & Yaw, K. (2021). Social judgement of L2 accented speech stereotyping and its influential factors. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 1-16.

Reinares-Lara, E., Martín-Santana, J. D., & Muela-Molina, C. (2016). The effects of accent, differentiation, and stigmatization on spokesperson credibility in radio advertising. *Journal of Global Marketing*, 29(1), 15-28.

Simon, E., & Lybaert, C. (2021). Verstaanbaarheid als interactioneel en contextgebonden fenomeen: Een stand van zaken in het onderzoek naar het Nederlands als tweede taal. *Nederlandse Taalkunde*, 26(2), 147-170.

Sumantry, D., & Choma, B. L. (2021). Accent-based stereotyping, prejudice, and their predictors. *Personality and Individual Differences, 179*, 110894.

van den Berg, M. (2008). Tussen vertrouwen en wantrouwen: relaties met respondenten. Methodologische overwegingen in onderzoek naar sociaal kapitaal van Marokkaanse vrouwen. *KWALON, 13*(2).

Van der Valk, I., & Törnberg, K. P. (2017). Monitor moslim discriminatie. *Derde rapportage, IMES: University of Amsterdam*

Yestra, Mirte. *De representatie van vrouwen uit etnische minderheden in Dove-commercials*. BS thesis. 2020..

## Bijlage 1

Met het ondertekenen van deze verklaring, verklaar ik  
[voornaam, achternaam en studentnummer],

Jelle Pijnenburg (s4811585)

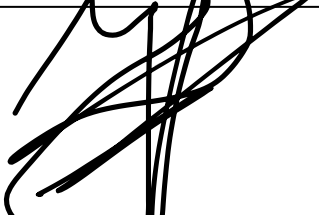
Bachelorstudent aan de Letterenfaculteit van de Radboud Universiteit Nijmegen,

dat de te beoordelen BA scriptie volledig oorspronkelijk is en uitsluitend door mij geschreven is, zonder gebruik van AI tools zoals bijvoorbeeld ChatGPT. Bij alle informatie en ideeën ontleend aan andere bronnen, heb ik expliciet en in detail verwezen naar de vindplaatsen van deze bronnen, in zowel de tekst zelf als in de bibliografie.

Ik verklaar tevens dat de in de BA scriptie gepresenteerde onderzoeksgegevens door mij zijn verzameld, op de in de scriptie beschreven wijze.

Plaats en datum: 8 juni 2023

Handtekening:



## BA23 Hoofdexperiment Mei 2023

---

### Start van blok: Inleiding

Inleiding Allereerst bedankt voor je deelname!

Wij zijn op zoek naar geschikte stemmen om radioreclames in te spreken. Je gaat zo meteen twee stemmen beoordelen die auditie hebben gedaan voor reclames voor nieuwe opleidingen.

Zorg ervoor dat je in de gelegenheid bent om goed te luisteren (gebruik alsjeblieft oortjes). Na de reclames worden telkens een paar vragen gesteld. Lees deze vragen eerst goed door, en beantwoord ze zo eerlijk en spontaan mogelijk: er zijn geen foute antwoorden, en het experiment is volledig anoniem. Het duurt zo'n 10 minuten.

We zijn op zoek naar mensen die aan de volgende voorwaarden voldoen:

Je bent tussen 18 en 24 jaar oud; Je bent een moedertaalspreker van het Nederlandse Nederlands (je bent dus geboren en opgegroeid in Nederland).  
Als je hieronder op Volgende klikt, ga je ermee akkoord dat we je antwoorden voor wetenschappelijk onderzoek gebruiken.

Volgende (1)

### Einde blok: Inleiding

---

### Start van blok: Door wie?

Door wie? Door wie werd jij gevraagd aan dit experiment deel te nemen?

- Dion (1)
- Hilde (2)
- Jelle (3)
- Joop (9)
- Julian (4)
- Meike (5)
- Wessel (6)
- Stef (10)
- Iemand anders (11)

Einde blok: Door wie?

---

Start van blok: S7\_MAR\_V\_RECH

St

Beluister hier de commercial.

---

S7\_MAR\_V\_RECH Geef aan in hoeverre je het eens bent met de volgende stellingen

	1 (helemaal mee oneens) (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (helemaal mee eens) (7)
De spreker is overtuigend (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is gastvrij (14)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is zelfverzekerd (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is deskundig (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is hoogopgeleid (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is sociaal (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is modern (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker kan goed leiding geven (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is behulpzaam (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is betrouwbaar (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is krachtig (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is vriendelijk (12)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is cool (13)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is geloofwaardig (15)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

De spreker is  
intelligent  
(16)

De spreker is  
welvarend  
(17)

Einde blok: S7\_MAR\_V\_RECH

---

Start van blok: S8\_MAR\_V\_RECH

St

Beluister hier de commercial.

---

S8\_MAR\_V\_RECH Geef aan in hoeverre je het eens bent met de volgende stellingen

	1 (helemaal mee oneens) (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (helemaal mee eens) (7)
De spreker is overtuigend (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is gastvrij (14)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is zelfverzekerd (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is deskundig (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is hoogopgeleid (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is sociaal (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is modern (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker kan goed leiding geven (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is behulpzaam (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is betrouwbaar (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is krachtig (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is vriendelijk (12)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is cool (13)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is geloofwaardig (15)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

De spreker is  
intelligent  
(16)

De spreker is  
welvarend  
(17)

Einde blok: S8\_MAR\_V\_RECH

---

Start van blok: S1\_AUT\_M\_MARK

St

Beluister hier de commercial.

---

S1\_AUT\_M\_MARK Geef aan in hoeverre je het eens bent met de volgende stellingen

	1 (helemaal mee oneens) (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (helemaal mee eens) (7)
De spreker is overtuigend (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is gastvrij (14)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is zelfverzekerd (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is deskundig (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is hoogopgeleid (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is sociaal (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is modern (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker kan goed leiding geven (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is behulpzaam (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is betrouwbaar (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is krachtig (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is vriendelijk (12)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is cool (13)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is geloofwaardig (15)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

De spreker is  
intelligent  
(16)

De spreker is  
welvarend  
(17)

Einde blok: S1\_AUT\_M\_MARK

---

Start van blok: S2\_AUT\_M\_MARK

St

Beluister hier de commercial.

---

S2\_AUT\_M\_MARK Geef aan in hoeverre je het eens bent met de volgende stellingen

	1 (helemaal mee oneens) (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (helemaal mee eens) (7)
De spreker is overtuigend (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is gastvrij (14)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is zelfverzekerd (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is deskundig (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is hoogopgeleid (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is sociaal (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is modern (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker kan goed leiding geven (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is behulpzaam (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is betrouwbaar (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is krachtig (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is vriendelijk (12)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is cool (13)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is geloofwaardig (15)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

De spreker is  
intelligent  
(16)

De spreker is  
welvarend  
(17)

Einde blok: S2\_AUT\_M\_MARK

---

Start van blok: S1\_AUT\_M\_RECH

St

Beluister hier de commercial.

---

S1\_AUT\_M\_RECH Geef aan in hoeverre je het eens bent met de volgende stellingen

	1 (helemaal mee oneens) (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (helemaal mee eens) (7)
De spreker is overtuigend (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is gastvrij (14)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is zelfverzekerd (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is deskundig (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is hoogopgeleid (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is sociaal (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is modern (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker kan goed leiding geven (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is behulpzaam (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is betrouwbaar (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is krachtig (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is vriendelijk (12)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is cool (13)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is geloofwaardig (15)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

De spreker is  
intelligent  
(16)

De spreker is  
welvarend  
(17)

Einde blok: S1\_AUT\_M\_RECH

---

Start van blok: S2\_AUT\_M\_RECH

St

Beluister hier de commercial.

---

S2\_AUT\_M\_RECH Geef aan in hoeverre je het eens bent met de volgende stellingen

	1 (helemaal mee oneens) (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (helemaal mee eens) (7)
De spreker is overtuigend (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is gastvrij (14)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is zelfverzekerd (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is deskundig (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is hoogopgeleid (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is sociaal (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is modern (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker kan goed leiding geven (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is behulpzaam (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is betrouwbaar (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is krachtig (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is vriendelijk (12)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is cool (13)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is geloofwaardig (15)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

De spreker is  
intelligent  
(16)

De spreker is  
welvarend  
(17)

Einde blok: S2\_AUT\_M\_RECH

---

Start van blok: S7\_MAR\_V\_MARK

St

Beluister hier de commercial.

---

S7\_MAR\_V\_MARK Geef aan in hoeverre je het eens bent met de volgende stellingen

	1 (helemaal mee oneens) (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (helemaal mee eens) (7)
De spreker is overtuigend (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is gastvrij (14)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is zelfverzekerd (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is deskundig (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is hoogopgeleid (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is sociaal (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is modern (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker kan goed leiding geven (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is behulpzaam (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is betrouwbaar (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is krachtig (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is vriendelijk (12)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is cool (13)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is geloofwaardig (15)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

De spreker is  
intelligent  
(16)

De spreker is  
welvarend  
(17)

Einde blok: S7\_MAR\_V\_MARK

---

Start van blok: S8\_MAR\_V\_MARK

St

Beluister hier de commercial.

---

S8\_MAR\_V\_MARK Geef aan in hoeverre je het eens bent met de volgende stellingen

	1 (helemaal mee oneens) (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (helemaal mee eens) (7)
De spreker is overtuigend (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is gastvrij (14)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is zelfverzekerd (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is deskundig (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is hoogopgeleid (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is sociaal (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is modern (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker kan goed leiding geven (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is behulpzaam (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is betrouwbaar (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is krachtig (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is vriendelijk (12)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is cool (13)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is geloofwaardig (15)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

De spreker is  
intelligent  
(16)

De spreker is  
welvarend  
(17)

Einde blok: S8\_MAR\_V\_MARK

---

Start van blok: S5\_MAR\_M\_RECH

St

Beluister hier de commercial.

---

S5\_MAR\_M\_RECH Geef aan in hoeverre je het eens bent met de volgende stellingen

	1 (helemaal mee oneens) (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (helemaal mee eens) (7)
De spreker is overtuigend (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is gastvrij (14)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is zelfverzekerd (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is deskundig (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is hoogopgeleid (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is sociaal (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is modern (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker kan goed leiding geven (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is behulpzaam (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is betrouwbaar (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is krachtig (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is vriendelijk (12)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is cool (13)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is geloofwaardig (15)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

De spreker is  
intelligent  
(16)

De spreker is  
welvarend  
(17)

Einde blok: S5\_MAR\_M\_RECH

---

Start van blok: S6\_MAR\_M\_RECH

St

Beluister hier de commercial.

---

S6\_MAR\_M\_RECH Geef aan in hoeverre je het eens bent met de volgende stellingen

	1 (helemaal mee oneens) (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (helemaal mee eens) (7)
De spreker is overtuigend (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is gastvrij (14)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is zelfverzekerd (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is deskundig (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is hoogopgeleid (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is sociaal (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is modern (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker kan goed leiding geven (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is behulpzaam (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is betrouwbaar (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is krachtig (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is vriendelijk (12)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is cool (13)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is geloofwaardig (15)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

De spreker is  
intelligent  
(16)

De spreker is  
welvarend  
(17)

Einde blok: S6\_MAR\_M\_RECH

---

Start van blok: S3\_AUT\_V\_MARK

St

Beluister hier de commercial.

---

S3\_AUT\_V\_MARK Geef aan in hoeverre je het eens bent met de volgende stellingen

	1 (helemaal mee oneens) (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (helemaal mee eens) (7)
De spreker is overtuigend (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is gastvrij (14)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is zelfverzekerd (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is deskundig (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is hoogopgeleid (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is sociaal (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is modern (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker kan goed leiding geven (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is behulpzaam (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is betrouwbaar (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is krachtig (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is vriendelijk (12)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is cool (13)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is geloofwaardig (15)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

De spreker is  
intelligent  
(16)

De spreker is  
welvarend  
(17)

Einde blok: S3\_AUT\_V\_MARK

---

Start van blok: S4\_AUT\_V\_MARK

St

Beluister hier de commercial.

---

S4\_AUT\_V\_MARK Geef aan in hoeverre je het eens bent met de volgende stellingen

	1 (helemaal mee oneens) (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (helemaal mee eens) (7)
De spreker is overtuigend (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is gastvrij (14)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is zelfverzekerd (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is deskundig (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is hoogopgeleid (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is sociaal (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is modern (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker kan goed leiding geven (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is behulpzaam (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is betrouwbaar (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is krachtig (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is vriendelijk (12)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is cool (13)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is geloofwaardig (15)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

De spreker is  
intelligent  
(16)

De spreker is  
welvarend  
(17)

Einde blok: S4\_AUT\_V\_MARK

---

Start van blok: S5\_MAR\_M\_MARK

St

Beluister hier de commercial.

---

S5\_MAR\_M\_MARK Geef aan in hoeverre je het eens bent met de volgende stellingen

	1 (helemaal mee oneens) (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (helemaal mee eens) (7)
De spreker is overtuigend (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is gastvrij (14)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is zelfverzekerd (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is deskundig (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is hoogopgeleid (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is sociaal (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is modern (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker kan goed leiding geven (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is behulpzaam (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is betrouwbaar (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is krachtig (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is vriendelijk (12)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is cool (13)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is geloofwaardig (15)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

De spreker is  
intelligent  
(16)

De spreker is  
welvarend  
(17)

Einde blok: S5\_MAR\_M\_MARK

---

Start van blok: S6\_MAR\_M\_MARK

St

Beluister hier de commercial.

---

S6\_MAR\_M\_MARK Geef aan in hoeverre je het eens bent met de volgende stellingen

	1 (helemaal mee oneens) (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (helemaal mee eens) (7)
De spreker is overtuigend (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is gastvrij (14)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is zelfverzekerd (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is deskundig (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is hoogopgeleid (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is sociaal (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is modern (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker kan goed leiding geven (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is behulpzaam (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is betrouwbaar (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is krachtig (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is vriendelijk (12)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is cool (13)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is geloofwaardig (15)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

De spreker is  
intelligent  
(16)

De spreker is  
welvarend  
(17)

Einde blok: S6\_MAR\_M\_MARK

---

Start van blok: S3\_AUT\_V\_RECH

St

Beluister hier de commercial.

---

S3\_AUT\_V\_RECH Geef aan in hoeverre je het eens bent met de volgende stellingen

	1 (helemaal mee oneens) (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (helemaal mee eens) (7)
De spreker is overtuigend (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is gastvrij (14)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is zelfverzekerd (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is deskundig (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is hoogopgeleid (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is sociaal (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is modern (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker kan goed leiding geven (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is behulpzaam (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is betrouwbaar (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is krachtig (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is vriendelijk (12)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is cool (13)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is geloofwaardig (15)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

De spreker is  
intelligent  
(16)

De spreker is  
welvarend  
(17)

Einde blok: S3\_AUT\_V\_RECH

---

Start van blok: S4\_AUT\_V\_RECH

St

Beluister hier de commercial.

---

S4\_AUT\_V\_RECH Geef aan in hoeverre je het eens bent met de volgende stellingen

	1 (helemaal mee oneens) (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (helemaal mee eens) (7)
De spreker is overtuigend (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is gastvrij (14)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is zelfverzekerd (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is deskundig (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is hoogopgeleid (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is sociaal (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is modern (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker kan goed leiding geven (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is behulpzaam (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is betrouwbaar (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is krachtig (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is vriendelijk (12)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is cool (13)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De spreker is geloofwaardig (15)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

De spreker is  
intelligent  
(16)

De spreker is  
welvarend  
(17)

Einde blok: S4\_AUT\_V\_RECH

---

Start van blok: Demografische gegevens

Demo.Inleiding Mag ik tot slot nog een aantal dingen over jezelf vragen?

-----

Leeftijd Hoe oud ben je? (leeftijd in jaren)

\_\_\_\_\_

-----

Geslacht Met welk geslacht identificeer je jezelf?

- Man (1)
  - Vrouw (2)
  - Zeg ik liever niet (3)
- 

Herkomst In welke provincie ben je opgegroeid?

▼ Drenthe (3) ... Zuid-Holland (15)

-----

Studie Wat is je huidige of meeste recente opleiding?

- Middelbare school (1)
  - MBO (2)
  - HBO (3)
  - Universitair (4)
- 

Etniciteit Hoe zou je je eigen etniciteit omschrijven?

- Ik ben autochtoon Nederlands (1)
- Ik ben Marokkaans Nederlands (2)
- Ik ben Surinaams Nederlands (3)
- Ik ben Antillaans Nederlands (4)
- Anders (5)

Einde blok: Demografische gegevens

---

Start van blok: Debriefing

Debriefing Waar denk je dat dit experiment over ging? Wat wilden we echt te weten komen?

---

Einde blok: Debriefing

---

Start van blok: Recall

RecallRech In welke stad bevindt zich de nieuwe hogeschool waar je de opleiding Rechten kan studeren?

---

---

Recallark In welke stad bevindt zich de nieuwe hogeschool waar je de opleiding Marketing en Reclame kan studeren?

---

## Bijlage 3

# Checklist ETC-GW (versie 1.8, april 2022)

U vult de vragen in door bij het gekozen antwoord te klikken op het vierkantje

Na klikken verschijnt er in dit vierkantje een kruis

### 1. Gaat u data verzamelen bij proefpersonen?

Ja → doorgaan met vragenlijst

Nee → Wordt er gebruik gemaakt van een bestaande dataset en wordt voldaan aan de ETC-GW richtlijnen\*\*?

Ja → toetsing is niet noodzakelijk → einde checklist

Nee → neem contact op met de ETC-GW om te bekijken of toetsing noodzakelijk is

\*\* Richtlijnen: - er is ethische goedkeuring verleend voor de oorspronkelijke dataverzameling, - deelnemers hebben toestemming gegeven voor hergebruik van de onderzoeksdata ofwel het hergebruik past binnen het oorspronkelijke onderzoeksdoel.

### 2. Is een zorginstelling bij het onderzoeksplan betrokken?

*Toelichting: dit is het geval als één van de situaties a/b/c hierna van toepassing is op het voorgenomen onderzoek.*

A. één of meer medewerkers van een zorginstelling is bij het onderzoek betrokken als opdrachtgever of verrichter/uitvoerder

B. het onderzoek vindt plaats binnen de muren van de zorginstelling, en dient naar de aard van het onderzoek normaliter niet buiten de muren van de zorginstelling plaats te vinden

C. aan het onderzoek nemen patiënten/cliënten van de zorginstelling (in de hoedanigheid van behandeling) deel

Nee → doorgaan met vragenlijst

Ja → Heeft een Medisch-Ethische Toetsingscommissie geoordeeld dat het geplande onderzoek niet WMO-plichtig is of voldoet het onderzoek aan een van de [standaard onderzoeksmethoden](#), zoals beschreven door de ETC-GW?

Ja → doorgaan met vragenlijst

Nee → Deze aanvraag moet door een erkende Medisch-Ethische Toetsingscommissie behandeld worden, bijvoorbeeld de [CMO Regio Arnhem Nijmegen](#). Als toetsing door een erkende METC reeds heeft plaatsgevonden → doorgaan met vragenlijst. Als deze toetsing nog niet heeft plaatsgevonden → einde checklist

### 3. Is er sprake van een [medisch-wetenschappelijk onderzoek dat mogelijk risico's met zich meebrengt](#) voor de deelnemende persoon?

- Nee → doorgaan met vragenlijst
- Ja → Deze aanvraag moet door een erkende Medisch-Ethische Toetsingscommissie behandeld worden, bijvoorbeeld de [CMO Regio Arnhem Nijmegen](#) → einde checklist

## Standaard-onderzoeksmethode

4. Valt de methode van het beoogde onderzoek onder een van de [beschreven standaardonderzoeken](#) van de FdL of FFTR?

- Ja → ..... **(naam en nummer standaard invullen)** → doorgaan met vragenlijst
- Nee → toetsing noodzakelijk, einde checklist

## Deelnemende personen

5. Gaat het bij het voorgenomen onderzoek om een gezonde populatie?

- Ja → doorgaan met vragenlijst
- Nee → toetsing noodzakelijk\*\*, einde checklist → [ga naar toetsprocedure](#)

\*\* Uitzondering voor onderzoek met patiënten die deelnemen aan een van de beschreven standaardonderzoeken op gebied van de taal- en spraakpathologie

6. Is er sprake van onderzoek bij minderjarigen (<16 jaar) of bij wilsonbekwamen?

- Ja → toetsing noodzakelijk, einde checklist → [ga naar toetsprocedure](#)
- Nee → doorgaan met vragenlijst

## Aard van het onderzoek

7. Wordt er een methode gebruikt die het mogelijk maakt bij toeval een bevinding te doen waarvan de deelnemende persoon op de hoogte zou moeten worden gesteld?

- Ja → toetsing noodzakelijk, einde checklist → [ga naar toetsprocedure](#)
- Nee → doorgaan met vragenlijst

8. Worden deelnemende personen aan handelingen onderworpen of worden aan de deelnemende personen bepaalde gedragswijzen opgelegd die ongerief kunnen inhouden?

- Ja → toetsing noodzakelijk, einde checklist → [ga naar toetsprocedure](#)
- Nee → doorgaan met vragenlijst

9. Zijn de in te schatten risico's verbonden aan het onderzoek minimaal?

- Ja → doorgaan met vragenlijst
- Nee → toetsing noodzakelijk, einde checklist → [ga naar toetsprocedure](#)

10. Wordt er een andere vergoeding geboden aan de deelnemende personen dan gebruikelijk?

- Ja → toetsing noodzakelijk, einde checklist → [ga naar toetsprocedure](#)

Nee → doorgaan met vragenlijst

11. Indien er [misleiding](#) plaatsvindt, voldoet de procedure dan aan de eisen zoals beschreven in het protocol van de ETC-GW?

Nee → toetsing noodzakelijk, einde checklist → [ga naar toetsprocedure](#)

Ja → doorgaan met vragenlijst

Misleiding is niet van toepassing

12. Wordt voldaan aan de standaardregels in verband met [anonimiteit en privacy](#) zoals beschreven in het protocol van de ETC-GW?

Nee → toetsing noodzakelijk, einde checklist → [ga naar toetsprocedure](#)

Ja → doorgaan met vragenlijst

### **Afname van het onderzoek**

13. Worden deelnemers geworven via het Radboud Research Participation System (SONA) en/of wordt het onderzoek in het CLS Lab uitgevoerd?

Nee → doorgaan met vragenlijst

Ja → toetsing noodzakelijk, einde checklist → [ga naar toetsprocedure](#)

14. Wordt het onderzoek bij een externe instelling (bijv. school,) uitgevoerd?

Nee → doorgaan met vragenlijst

Ja → Heeft/krijgt u schriftelijke toestemming van deze instelling?

Nee → toetsing noodzakelijk, einde checklist → [ga naar toetsprocedure](#)

Ja → doorgaan met vragenlijst

15. Is er een aanspreekpunt waar deelnemende personen terecht kunnen met vragen over het onderzoek en worden zij hiervan op de hoogte gesteld?

Nee → toetsing noodzakelijk, einde checklist → [ga naar toetsprocedure](#)

Ja → doorgaan met vragenlijst

16. Wordt aan deelnemende personen duidelijk waar klachten over deelname aan het onderzoek kunnen worden geuit en hoe deze behandeld zullen worden?

Nee → toetsing noodzakelijk, einde checklist → [ga naar toetsprocedure](#)

Ja → doorgaan met vragenlijst

17. Zijn de deelnemende personen volledig vrij om deel te nemen aan het onderzoek, en om hiermee op elk moment te stoppen wanneer zij dat willen, om welke reden dan ook?

Nee → toetsing noodzakelijk, einde checklist → [ga naar toetsprocedure](#)

Ja → doorgaan met vragenlijst

18. Worden deelnemende personen voorafgaand aan deelname voorgelicht over doel, aard en duur, risico's en bezwaren van de studie? (zie [toelichting over informatie en toestemming](#) en [voorbeelddocumenten](#))

- Nee → toetsing noodzakelijk, einde checklist → [ga naar toetsprocedure](#)
- Ja → doorgaan met vragenlijst

19. Tekenende deelnemende personen en/of hun vertegenwoordigers voor toestemming deelname aan onderzoek? (zie [toelichting over informatie en toestemming](#) en [voorbeelddocumenten](#))

- Nee → toetsing noodzakelijk, einde checklist → [ga naar toetsprocedure](#)
- Ja → **checklist afgerond**

**Als u de ingevulde resultaten wilt vastleggen, kunt u het ingevulde bestand opslaan.**

**Als u een goedkeuring van de ETC-GW nodig hebt wegens de vereiste van een tijdschriftredactie of een subsidieverstrekker, zult u de formele toetsprocedure van de ETC-GW moeten doorlopen.**