



# ‘De stem van de emotie’

**Een onderzoek naar de invloed van emotie in de stem op de  
spreekereigenschappen geloofwaardigheid en  
overtuigingskracht**

Bachelorthesis Faculteit Geesteswetenschappen  
Universiteit van Tilburg  
Opleiding Communicatie- en Informatiewetenschappen  
Specialisatie Tekst en Communicatie

Juliette Barendse  
s564374

Begeleider: Dr. M. Nilsenova  
Tweede lezer: Dr. M.B. Goudbeek

Tilburg, juli 2010

Datum van indienen: 16 juli 2010

## Samenvatting

Tijdens het overbrengen van een boodschap van spreker naar ontvanger kunnen veel kenmerken van invloed zijn op de beoordeling van de spreker. Naast diens uiterlijk en de inhoud van zijn argumenten, blijken ook emoties in de overdracht van een boodschap de mening van de ontvanger te kunnen beïnvloeden. Echter is de afgelopen jaren het onderzoek naar emoties in de stem achtergebleven in tegenstelling tot onderzoek naar gebaren en gezichtsuitdrukkingen.

In dit onderzoek wordt gekeken wat de invloed is van het laten zien van een congruente boodschap of een incongruente boodschap op hoe geloofwaardig en overtuigend de zender van die boodschap wordt bevonden. Een congruente boodschap stelt dat de emotie in de woorden en de stem of gebaren met elkaar overeenkomen. Bij een incongruente boodschap is er echter een verschil tussen wat men zegt en hoe men het zegt. De respondenten kregen een geluid of filmfragment voorgelegd, waarin de spreker zijn mening over het huidige politieke klimaat met één van de drie emoties overbracht (neutraal, boos of vrolijk). Er was een verschil tussen de auditieve conditie, waarin de deelnemers de spreker alleen hoorden en de multimodale conditie waarin de respondenten de spreker zowel hoorden als zagen. Tot slot werd bekeken of de betrokkenheid van de ontvanger bij de boodschap van invloed was op diens beoordeling.

Er bleek een verschil te zijn tussen de auditieve en multimodale conditie, waarbij mannen en vrouwen verschilden in de mate waarin zij de spreker geloofwaardig en overtuigend vonden. Er was hierbij meer overeenstemming over de eigenschappen van de zender in de multimodale conditie, dan in de auditieve conditie. De betrokkenheid van de ontvanger bij het politieke thema had geen invloed op de beoordeling van de zenders karaktereigenschappen. De sprekereigenschappen geloofwaardigheid en overtuigingskracht hingen daarnaast met elkaar samen. De spreker kreeg hierbij de hoogste score in persoonlijkheid (warmte, aantrekkelijkheid, extrovertie en openheid) in de conditie met de boze emotie en het laagst in de conditie met een neutrale emotie. De betrouwbaarheid van de spreker nam echter af in de boze conditie en toe in de neutrale conditie.

# Inhoudsopgave

<b>I</b>	<b>Inleiding</b>	<b>5</b>
1.1	Aanleiding tot onderzoek	5
1.2	Wetenschappelijke relevantie	6
1.3	Maatschappelijke relevantie	7
<b>II</b>	<b>Theoretisch kader</b>	<b>8</b>
2.1	Emoties in de stem van de zender	8
2.2	Modaliteit	9
2.2.1	Verschillende communicatiekanalen	10
2.2.2	Congruente en incongruente boodschappen	11
2.3	Geloofwaardigheid en overtuigingskracht van de zender	12
2.3.1	Emotie in relatie met geloofwaardigheid en overtuigingskracht	13
2.4	Betrokkenheid van de ontvanger bij de boodschap	14
2.5	Onderzoeksopzet en variabelen	15
<b>III</b>	<b>Methode</b>	<b>17</b>
3.1	Proefpersonen	17
3.2	Stimulusmateriaal	18
3.2.1	Stimulustekst	18
3.2.2	Fragmenten	19
3.3	Design	20
3.4	Instrumentatie	21
3.4.1	Houding ten aanzien van het politieke debat	21
3.4.2	Geloofwaardigheid van de bron	22
3.4.3	Overtuigingskracht van de bron	23
3.4.4	Algemene indruk van het politiek debat	23
3.4.5	Pretesten van de stimulustekst, vragenlijst en de procedure	24
3.5	Procedure	24
3.6	Verwerking van de gegevens	25

<b>IV</b>	<b>Resultaten</b>	<b>26</b>
4.1	Modaliteit en geslacht als invloed op geloofwaardigheid en overtuigingskracht	26
4.2	Modaliteit en emotie als invloed op geloofwaardigheid en overtuigingskracht	28
4.3	Geloofwaardigheid en overtuigingskracht van de zender	29
4.4	De moderator betrokkenheid	30
4.5	Post hoc analyses	30
<b>V</b>	<b>Conclusie en discussie</b>	<b>32</b>
5.1	Invloed van modaliteit op de geloofwaardigheid en overtuigingskracht	32
5.2	Invloed van sekse op de geloofwaardigheid en overtuigingskracht	33
5.3	Congruente en incongruente boodschappen	34
5.4	De geloofwaardigheid en overtuigingskracht van de zender	35
5.5	De betrokkenheid van de ontvanger bij de boodschap	36
5.6	Methodologische beperkingen	36
5.7	De ‘stem van de emotie’	37
<b>VI</b>	<b>Literatuur</b>	<b>38</b>
<b>VII</b>	<b>Bijlagen</b>	<b>41</b>
7.1	Bijlage 1: Stimulustekst	42
7.2	Bijlage 2: Instructie en vragenlijst	43

# I Inleiding

## 1.1 Aanleiding tot onderzoek

Wanneer we een blik terugwerpen op belangrijke politieke toespraken uit het verleden leren we al snel dat emoties een belangrijke rol spelen in het aantrekken van de luisteraar. De emoties van de spreker kunnen tijdens een redevoering niet alleen in woorden worden gelegd, maar ook in non-verbale communicatie als de stem, gebaren en gezichtsuitdrukkingen. In de toespraak, die president Obama hield na zijn inhuldiging als 44<sup>e</sup> president van de Verenigde Staten, vielen vooral zijn grootse gebaren en serieuze gezichtsuitdrukking op. Deze expressies bleken van ondersteunend belang, omdat de redevoering van Obama vooral draaide om de diepste economische crisis sinds decennia en het ontbreken van eenheid in de Verenigde Staten (Logtenberg, 2008). De dringende, scherpe toon in zijn stem benadrukte daarnaast de serieuze boodschap van zijn toespraak. Dit getuigt van een charismatische spreekstijl, waardoor president Obama zeer overtuigend wordt bevonden. Een vergelijking dient gemaakt te worden met de toespraak over de economische crisis van voormalig Nederlands minister-president Jan Peter Balkenende. In zijn betoog gebruikt hij eveneens goede argumenten, maar hierin mist de energie (Barrie en Balkie, wat een verschil!, n.d.), zoals die bij Obama gezien kan worden. Daarnaast ontbreekt een persoonlijke spreekstijl, die zeer van belang is voor de overtuigingskracht en geloofwaardigheid van de spreker (Van Grieken, Piras & Nienhuis, z.j.). Minister-president Balkenende maakt weinig gebruik van de kracht van zijn stem; zijn spreektempo is te hoog en bevat weinig emoties (De Vries, 2010). Onderzoek wijst uit, dat het toevoegen van emoties aan de stem de geloofwaardigheid van een spreker kan doen toenemen (Kaufmann, Drevland, Wessel, Oversheid & Magnussen, 2003). Het is denkbaar dat dit een van de oorzaken is van het gebrek aan geloofwaardigheid van de Nederlandse leider in zijn eerste presidentsjaren.

Vaak sluit de emotie in de stem, die gebruikt wordt om de tekst te ondersteunen, aan bij de emotie die in de woorden ligt. De emotie in de stem is namelijk onbewust en vaak moeilijk te verbergen (Johnson, Scherer, Emde & Klinnert, 1986), waardoor deze automatisch aansluit bij de emotie in de woorden. Een emotie in de stem kan ook meer controlerend worden gebruikt, waardoor de emotie in stem en tekst wezenlijk van elkaar verschillen. De volgende uitspraken lijken duidelijk te zijn: *'Dat heb je weer geweldig gedaan'* en *'Ben je gek geworden?'*. In de eerste zin krijgt iemand een pluim, in de tweede zin wordt een verwijt gemaakt. Echter hoeven de emoties in de zinnen niet zo duidelijk te zijn. Wanneer de eerste zin wordt uitgesproken door een zender die een boze ondertoon heeft of gefronste wenkbrauwen, kan de inhoud van de boodschap anders opgevat worden. Hetzelfde geldt wanneer het tweede voorbeeld met een lach wordt uitgesproken, waardoor de zender laat zien dat hij nog steeds waardering heeft voor de ontvanger van de boodschap. Mehrabian (1971) spreekt in deze gevallen van *'double-edge messages'*, waarmee hij bedoelt dat via het verbale en non-verbale communicatiekanaal een verschillende boodschap

wordt overgebracht. Veel onderzoek is verricht naar de invloed die emoties in de stem hebben op hoe het karakter van de spreker wordt beoordeeld. Vrolijkheid in de stem van de spreker blijkt bijvoorbeeld een positieve invloed te hebben op de overtuigingskracht van de zender (Knutson, 1996). Mannelijke sprekers met een monotone stem worden daarnaast aantrekkelijker gevonden door vrouwen (Hodges- Simeon, Gaulin & Puts, 2009). Een boze stem wordt vooral gezien als intimiderend, waardoor de zender minder positief beoordeeld wordt. Onderzoek op het gebied van rechtszaken gaf aan dat een getuige als geloofwaardiger wordt gezien wanneer een duidelijke emotie wordt getoond (Winkel & Koppelaar, in Petri, 2009). De vraag is echter hoe geloofwaardig en overtuigend de spreker wordt beoordeeld wanneer de emoties in zijn boodschap niet eenduidig zijn. Er wordt daarom gekeken of er een verschil bestaat in de sprekereigenschappen geloofwaardigheid en overtuigingskracht tussen boodschappen die dezelfde emotie bevatten (congruente emoties) en tegengestelde emoties bevatten (incongruente emoties).

Het is niet daarnaast niet alleen van belang *wat* er wordt overgebracht, maar ook via *welk* communicatiekanaal dit wordt gedaan, de zogenoemde modaliteit. Een belangrijk verschil in het overbrengen van emoties is die tussen het auditieve kanaal, de stem, en het multimodale communicatiekanaal, waaronder zowel de stem als gebaren en gezichtsuitdrukkingen vallen (Mehrabian, 1971). Om voorgaande kwesties te onderzoeken luidt de vraag die in dit onderzoek centraal staat:

*Wat is het effect van emoties in het stemgebruik in het auditieve communicatiekanaal en het multimodale communicatiekanaal op de geloofwaardigheid en overtuigingskracht van de zender van de boodschap, zoals deze door de ontvanger wordt waargenomen?*

## **1.2 Wetenschappelijke relevantie**

Wetenschappelijk onderzoek naar de non-verbale invloed van de stem en bewegingen op de overtuigingskracht en geloofwaardigheid van de bron is al vaker uitgevoerd. Een verhoogde geloofwaardigheid en overtuigingskracht wordt waargenomen wanneer de zender van de boodschap een plezierige stem heeft (Burgoon, Birk & Pfau, 1990). Geloofwaardigheid en overtuigingskracht bleken hierbij een relatie met elkaar te hebben. Duidelijk werd dat de emoties in de stem bepaalde akoestieke karaktereigenschappen bezitten, zoals intensiteit, pitch en tempo, waardoor de verschillende emoties in de stem worden onderscheiden (Juslin & Laukka, 2003).

Op het gebied van modaliteit is vooral onderzoek gedaan naar het verschil in overbrengen van emoties tussen het multimodale en auditieve communicatiekanaal (Mehrabian, 1971). Hieruit kwam naar voren dat emoties en attitudes beter overgedragen kunnen worden via het multimodale kanaal dan via het auditieve kanaal. De door de zender overgebrachte informatie kan vervolgens op verschillende manieren verwerkt worden. Het *Elaboration Likelihood Model (ELM)* is opgesteld om aan te geven dat informatie

zowel diepgaand als oppervlakkig verwerkt kan worden (Cacioppo & Petty, 1979).

Dit onderzoek probeert voorgaande analyses uit verschillende onderzoeksgebieden over emotie in de stem, geloofwaardigheid en modaliteit samen te voegen en hierin verdieping aan te brengen. Gekeken zal worden naar het effect van emoties die een spreker in zijn boodschap gebruikt en hoe de ontvanger de geloofwaardigheid en overtuigingskracht van de zender hierbij beoordeelt. In tegenstelling tot voorgaande onderzoeken zal in dit onderzoek tevens het effect van congruentie in boodschappen en de manier van communicatieoverdracht bekeken worden. Het *Elaboration Likelihood Model* kan tot slot inzicht bieden in het effect van betrokkenheid bij het politieke thema op het oordeel van de ontvanger over de zender.

### **1.3 Maatschappelijke relevantie**

In onze dagelijkse interactie met gesprekspartners worden emoties veelvuldig gebruikt om gemoedstoestanden of meningen te ventileren. Afhankelijk van de ontvanger worden deze emotionele boodschappen op verschillende manieren geïnterpreteerd en ontstaan er implicaties over de zender. Emoties in de stem of in gezichtsuitdrukkingen kunnen de doorslag geven om medelijden te hebben, de mening van een gesprekspartner voor waarheid aan te zien of de zender als minder geloofwaardig in te schatten. Dit onderzoek verdiept zich in de vraag of emoties eveneens een behulpzame aanvulling zijn op de woordelijke boodschap wanneer de emotie in de stem en tekst niet met elkaar overeenkomen. Bovendien wordt gekeken of het communicatiekanaal hierbij van essentieel belang kan zijn. De resultaten van dit onderzoek kunnen uitwijzen of een sarcastische uiting als ‘Wat een geweldig plan!’ positieve of negatieve gevolgen hebben voor de inschatting van de bekwaamheid van de zender van de boodschap.

## II Theoretisch kader

Geloofwaardig en overtuigend overkomen op je publiek is voor een politiek spreker van essentieel belang. Wanneer een spreker immers als geloofwaardig en overtuigend wordt gezien is de kans groter dat zijn boodschap door de ontvanger wordt gehoord, geaccepteerd en overgenomen. De vraag die hierbij gesteld kan worden is wanneer de ontvanger nu precies als geloofwaardig en overtuigend wordt gezien. Is zijn overtuigingskracht en geloofwaardigheid afhankelijk van de gebruikte emotie in de stem? Wat is het belang van overeenstemming tussen de emotie in de woorden en de emotie in de stem of gebaren? En is tot slot de keuze van het communicatiekanaal van invloed op de mening van de ontvanger over de spreker? In de volgende paragrafen zullen deze kwesties achtereenvolgens aan bod komen.

### 2.1 Emoties in de stem van de zender

Het toevoegen van emotie in de communicatie blijkt een belangrijk hulpmiddel om twee doelen mee te dienen. In de eerste plaats kunnen emoties in de communicatie gebruikt worden om informatie over te brengen van de zender naar de ontvanger. Ten tweede kan de ontvanger, door het herkennen van emoties tijdens de communicatie, inferenties maken over de bedoeling van de zender met een bepaalde boodschap (Juslin & Laukka, 2003). Verschillende manieren waarop emoties kunnen worden overgebracht zijn te onderscheiden, waaronder het vocale communicatiekanaal (Darwin, 2002). Vocale communicatie, communicatie via de stem, wordt gezien als een middel om te overleven, waardoor het zich in de loop der tijd heeft geëvolueerd. Communicatie via de stem beschouwt men daarnaast als een manier om sociaal te coördineren en problemen te kunnen oplossen (Juslin & Laukka, 2003).

De stem blijkt uit verschillende studies door zijn communicatieve functie van belang te zijn bij het overdragen van emoties van mens tot mens. Toch is het onderzoek naar emoties enigszins achtergebleven ten opzichte van studies naar de invloed van gebaren en gezichtsuitdrukkingen (Scherer, 1995). Onderzoek naar de herkenning van emoties in de stem toonde echter aan dat de stem een belangrijke bron van emotionele informatie is (Johnson et al., 1986). De herkenning van verschillende emoties in de stem bleek bovendien accuraat met zestig procent herkenning van de juiste emoties, waarbij de emoties boosheid en vrolijkheid met de hoogste nauwkeurigheid werden herkend (Juslin & Laukka, 2003; Scherer, 1995).

Bij het uiten van een emotie in de stem worden zogenoemde *push- en pullfactoren* onderscheiden die van invloed kunnen zijn (Scherer, 1995). *Push-factoren* worden veroorzaakt door interne fysieke veranderingen als gevolg van emotionele opwinding, waardoor de productie van de stem verandert. Daarnaast kan de emotie in de stem veranderen door externe factoren of beperkingen, zoals het communicatiekanaal, sociale druk of de behoefte aan zelfbevestiging. Dit worden de *pullfactoren* genoemd. In het verlengde van deze factoren ligt de theorie van *Spencer's Law* (Juslin & Laukka, 2003).



Volgens deze veronderstelling beïnvloeden emoties, evenals bij de *push-factoren*, allerlei psychologische processen. Een weerspiegeling daarvan is te zien in de akoestische karakteristieken, zoals de toon van de stem of het stemvolume, die indirect door de emoties beïnvloed worden. Figuur 2.1 is een weergave van *Spencer's Law*.

*Figuur 2.1: Figuurlijke weergave van Spencers Law (Juslin & Laukka, 2003)*

## 2.2 Modaliteit

Emoties in de communicatie kunnen op verschillende manieren overgedragen worden van zender op ontvanger. De wijze van overdracht wordt met modaliteit aangeduid. Vaak wordt hierbij het onderscheid gemaakt tussen de auditieve en multimodale modaliteit, die wezenlijk van elkaar verschillen in de manier waarop de boodschap naar de ontvanger wordt gecommuniceerd. De auditieve modaliteit bevat hierbij alleen auditieve prosodie, terwijl tot de multimodale modaliteit zowel auditieve als visuele prosodie behoort. Deze twee vormen van prosodie zullen hieronder toegelicht worden.

We spreken over prosodie, wanneer aan de woordelijke betekenis van een boodschap expressies worden toegevoegd (Van den Broecke, 1994). Dit kan gerealiseerd worden door het gebruik van bepaalde woorden, pauzering, intonatie en tempowisselingen (Quené & Kager, 1989). Wanneer het gaat om auditieve prosodie wordt alles bedoeld wat onder het spreken van de taal valt, behalve de woordelijke betekenis zelf. Deze stemtaal kan zeer behulpzaam zijn bij het tonen van emotie, door bijvoorbeeld een hoog of laag stemvolume, de spreeknelheid en de duidelijkheid van de stem (Oomkens, 2000). Onder visuele prosodie worden emoties in gezichtsexpressies, gebaren en bewegingen verstaan (Smulders, 2003). Dat visuele prosodie belangrijk is in de communicatie blijkt uit spreekwoorden als '*Je gezicht spreekt boekdelen*' en '*Zijn gezicht staat op onweer*'. Vanwege een grote diversiteit aan spieren in het gezicht is het mogelijk om verschillende nuances in emoties aan te brengen. Vooral de ogen, wenkbrauwen en lippen dienen als gezichtskenmerken om emoties af te lezen. Ekman en Oster (1979) kwamen tot de conclusie dat er vijf verschillende basis gezichtsexpressies waren die in verband worden gebracht met een bepaald emotie. Bovendien kunnen we onze woorden ondersteunen met allerlei gebaren en bewegingen. Van Marwijk (2010) stelt dat we emoties het beste kunnen overbrengen met de stem en de gezichtsuitdrukking, maar dat bij de emotie boosheid gebaren een belangrijke rol dienen. Het gebruik van bepaalde gebaren staat in de meeste gevallen voor een specifieke emotie. Het ballen van een vuist of het maken van heftige bewegingen van de handen verwijzen duidelijk naar een boze emotie. Een duidelijk

gebaar voor de emotie vrolijkheid is echter moeilijker te vinden.

Uit het bovenstaande kunnen we concluderen dat zowel auditieve als visuele prosodie een onmisbaar middel vormt om erachter te komen wat er in de spreker omgaat (Smulders, 2003). In het vervolg zal met het auditieve communicatiekanaal de auditieve prosodie worden bedoeld en met multimodale communicatiekanaal zowel de auditieve als visuele prosodie.

### **2.2.1 Verschillende communicatiekanalen**

In verschillende communicatietheorieën staat het onderscheid tussen communicatiekanalen centraal (Mehrabian, 1971). Bekend is de formule, waarbij duidelijk wordt welk communicatiekanaal belangrijker is bij het overdragen van emoties en attitudes op de ontvanger: het verbale kanaal, het vocale kanaal (de stem) of het visuele kanaal (het gezicht).

*Figuur 2.2: Formule over het belang van communicatiekanalen (Mehrabian, 1971)*

Volgens figuur 2.2 is bij het communiceren van emoties en attitudes naar anderen de non-verbale communicatie, zoals de stem en het gezicht, belangrijker dan de verbale informatie in de vorm van woorden (Mehrabian, 1971). Er wordt gesteld dat emoties en attitudes het beste via de gezichtsuitdrukking overgebracht kunnen worden. Ekman en Oster (1979) stellen eveneens, dat informatie via het gezicht nauwkeuriger wordt begrepen en zorgt voor een grotere instemming, dan alleen het horen van een stem. Informatie in de stem blijkt daarnaast belangrijker dan de informatie die in woorden gelegd wordt. Doordat emoties in het gezicht het beste overgebracht worden is er sprake van een duidelijkere invloed op de overtuigingskracht en geloofwaardigheid van de zender. In een auditieve modaliteit, waarbij alleen de stem van de spreker gehoord wordt, is hierdoor het totale gevoel dat over de zender wordt overgebracht, minder dan in de multimodale modaliteit. In de auditieve modaliteit is namelijk alleen maar sprake van de non-verbale communicatie via de stem. In de multimodale conditie wordt naast de stem ook gebruik gemaakt van communicatie via het gezicht, waardoor het totale gevoel dat over de zender overgebracht wordt groter is. Hierbij kan gekomen worden tot de eerste hypothese:

*Hypothese 1: Emoties in de boodschap hebben meer effect op de geloofwaardigheid en de overtuigingskracht wanneer deze via het multimodale kanaal worden overgebracht in plaats van het auditieve kanaal.*

Niet alleen kunnen er verschillen bestaan tussen het auditieve en multimodale communicatiekanaal die de geloofwaardigheid en overtuigingskracht van de zender bepalen. Sekseverschillen kunnen mede van invloed zijn op de beoordeling van de zender, door het gebruik van het auditieve of multimodale communicatiekanaal. Onderzoek naar de rijkheid van het mediakanaal stelt dat vrouwen gevoeliger zijn voor non-verbale communicatie en meer beïnvloed worden door de afwezigheid ervan. Hierdoor spelen non-verbale aanwijzingen een grotere rol in de vrouwelijke communicatie, dan bij communicatie tussen mannen (Dennis, Kinney & Caisy Hung, 1999). Vrouwen blijken daarnaast meer gebruik te maken van non-verbale cues in communicatie tussen vrouwen onderling. Hierdoor kunnen ze non-verbale uitingen makkelijker interpreteren. Wanneer non-verbale communicatie in de boodschap echter wegvalt, verdwijnt het voordeel van de vrouwen ten opzichte van de mannelijke gesprekspartners (Rosental & DePaulo, 1979).

Uit verschillende hoeken kwam in later onderzoek kritiek op de bovenstaande formule van Mehrabian. De woorden, die vocaal werden aangeboden in het onderzoek zouden vooral neutrale woorden zijn geweest, waardoor er weinig emoties konden worden overgebracht (Lapakko, 1997). De formule is daarnaast een samenvoeging van twee verschillende onderzoeken; nooit zijn de drie verschillende factoren (verbaal, vocaal en gezichtsuitdrukking) in één studie onderzocht (Hegstrom, 1979). Bovendien geven de percentages uit figuur 2.2, die staan voor het relatieve gewicht van de factoren, een verkeerd beeld over het belang van de communicatiekanalen. Verbale communicatie zou in dit geval, met maar zeven procent, zinloos zijn om te gebruiken. Hierdoor ontstaat er een overschatting van het non-verbale kanaal, waar in later wetenschappelijk onderzoek weinig rekening mee is gehouden (Lapakko, 1997).

### **2.2.2 Congruente en incongruente boodschappen**

Het gebruik van meerdere communicatiekanalen kan leiden tot twee soorten ‘dubbele boodschappen’: congruente boodschappen en incongruente boodschappen. In het geval van congruente communicatie wordt door de woorden en het gedrag (zoals de stem, de houding en de gebaren) dezelfde boodschap overgebracht. Soms kan er in de stem of gebaren een andere emotie worden gelegd, dan de emotie die in de woorden ligt. In een dergelijk geval spreken we van incongruente communicatie. Sarcasme is een bekend voorbeeld van incongruente communicatie, waarbij de woorden positief lijken, maar de stem verraadt, dat er sprake is van een negatieve ondertoon.

Hoewel duidelijk is dat congruente en incongruente boodschappen in de communicatie bestaan, is over het effect ervan voor de spreker veel onduidelijkheid. In enkele onderzoeken wordt gesteld dat het voor personen vaak moeilijk is om via woorden te overtuigen, manipuleren of discussiëren, waardoor non-verbale communicatie belangrijker wordt. Hierbij hoeft je niets aan anderen op te dragen door middel

van woorden, maar kun je met je stem of uitdrukking de andere persoon beïnvloeden. Hierdoor kun je door incongruente informatie vaak beter overtuigen (Mehrabian, 1971). Nass, Foehr, Brave & Somoza (2001) suggereerden eveneens dat informatie geloofwaardiger is wanneer de emotie in de stem niet overeenkwam met de emotie in de woorden. Er bestaat echter veel inconsistentie in het onderzoeksgebied van (in)congruente emoties. Onderzoek dat lijnrecht tegenover het bovenstaande onderzoek staat neemt aan dat emoties die aansluiten bij de gebeurtenis (congruente emoties) overtuigender en geloofwaardiger zijn dan emoties die niet aansluiten bij de situatie (incongruente emoties) (Kaufmann et al., 2003). Omdat emoties in de stem vaak gebruikt worden om een oordeel te vellen over de houding en het karakter van de spreker, is het mogelijk dat er een verschil optreedt tussen de incongruente en congruente emoties (Scherer, 1995). Gezien de in voorgaande paragraaf besproken kritiek op de theorie van Mehrabian, kan niet teveel aan zijn conclusies worden vastgehouden. In dit scriptieonderzoek wordt daarom uitgegaan van het recentere onderzoek van Kaufmann et al.(2003), waardoor de volgende hypothese geformuleerd kan worden:

*Hypothese 2: Het gebruik van een congruente emotie maakt een zender geloofwaardiger en overtuigender dan het gebruik van een incongruente emotie.*

### **2.3 Geloofwaardigheid en overtuigingskracht van de zender**

Al eerder werd een link gesuggereerd tussen de sprekereigenschappen geloofwaardigheid en overtuigingskracht (Burgoon et al., 1990). De hypothese dat geloofwaardigheid en overtuigingskracht aan elkaar verbonden zijn werd in dit onderzoek positief bevonden. Iemand, die als geloofwaardig wordt gezien, komt vaak overtuigender over bij de ontvanger, waarbij geloofwaardigheid als één van de belangrijkste voorspellers van overtuigingskracht wordt gezien. Omgekeerd geldt dat een overtuigender persoon vaak meer geloofd wordt. Ander onderzoek bestudeerde de verschillende variabelen, die samenhangen met de geloofwaardigheid van de zegsman. Overtuigingskracht bleek hierbij duidelijk samen te hangen met hoe geloofwaardig iemand werd bevonden: een geloofwaardige bron zorgde in de meeste gevallen voor meer overtuigingskracht (Pornpitakpan, 2004). Bovenstaand onderzoek geeft aan dat geloofwaardigheid en overtuigingskracht niet los van elkaar staan. De vraag is echter of deze correlatie tussen geloofwaardigheid en overtuigingskracht ook bestaat in dit onderzoek waarin als thema het politieke debat wordt gebruikt. Daarom zal de derde hypothese in het onderzoek worden gebruikt:

*Hypothese 3: Er is een samenhang tussen de variabelen geloofwaardigheid en overtuigingskracht; een toename van de ene variabele zorgt voor een hogere score op de andere variabele.*

Attitudeveranderingen komen vaker tot stand door eigenschappen die door het publiek aan de zender worden toegekend, zoals geloofwaardigheid en aantrekkelijkheid, dan door objectieve beoordelingen (Bartels, Nelissen & Ruelle, 1998). Volgens het 'aantrekkelijkheidsmodel' is vooral de gelijkheid, in termen van dezelfde normen en waarden of uiterlijkheden tussen de ontvanger en de zender, belangrijk. Daarnaast is de fysieke aantrekkelijkheid van belang. Het 'geloofwaardigheidsmodel' stelt dat voor de geloofwaardigheid van een zender kenmerken als expertise en vertrouwen een grote rol spelen (Bartels et al., 1998).

Geloofwaardigheid en aantrekkelijkheid kunnen ook op een andere manier tot stand komen. Het psychologische fenomeen dat bekend staat als het *halo-effect*, stelt dat wanneer we een persoon op het eerste gezicht aardig of aantrekkelijk vinden, we onbekende karaktereigenschappen van deze persoon eveneens positief beoordelen (Nisbett & DeCamp Wilson, 1977). Dit zou ervoor kunnen zorgen dat een knap persoon sympathieker en zelfverzekerder wordt bevonden dan iemand die minder aantrekkelijk is (Nisbett & DeCamp Wilson, 1977). Het *halo-effect* geeft aan dat de geloofwaardigheid en overtuigingskracht van de zender niet alleen op een directe, maar ook op een indirecte manier tot stand kan komen.

### **2.3.1 Emotie in relatie met geloofwaardigheid en overtuigingskracht**

Emoties bleken direct in relatie te staan met bepaalde innerlijke gedragskenmerken. De eigenschappen 'dominantie' (overtuigingskracht) en 'aanhechting' kunnen gerelateerd worden aan verscheidene emoties (Knutson, 1996). Uit het onderzoek kwam naar voren dat de proefpersonen zowel de eigenschap dominantie als aanhechting toekenden aan sprekers met een vrolijke stem. Dit zou impliceren dat iemand met een vrolijke stem een grotere overtuigingskracht heeft dan iemand zonder deze emotie in de stem. Emoties als afschuw en boosheid scoorden eveneens hoog op dominantie, maar laag op aanhechting (Knutson, 1996).

In een ander onderzoek is de invloed van non-verbaal gedrag op de geloofwaardigheid en overtuigingskracht van de zender bekeken. Een spreekstijl met een hoge luidheid, een hoge pitch, meer intensiteit, meer variëteit en een hoog tempo kan zorgen voor meer overtuigingskracht bij de zender. Aan de hand van de gegevens van Juslin en Laukka (2003) kan gesteld worden dat de emoties vrolijkheid en boosheid aan de eerder genoemde eigenschappen voldoen en als overtuigend gezien kunnen worden (Burgoon et al., 1990).

## 2.4 Betrokkenheid van de ontvanger bij de boodschap

Wanneer een spreker een boodschap overbrengt naar de ontvanger zijn er twee manieren te onderscheiden waarop de houding (*attitude*) van de ontvanger gevormd en veranderd wordt. Zo verschillen de ontvangers van een boodschap in de tijd, motivatie en mogelijkheden die ze hebben om bepaalde informatie te verwerken. Het *Elaboration Likelihood Model (ELM)* onderscheidt de centrale en perifere route die kunnen leiden tot overtuiging (Cacioppo & Petty, 1979), zoals weergegeven in figuur 2.3.

Wanneer er een duidelijke motivatie is om informatie te verwerken en er de mogelijkheid bestaat om dit te doen, is er sprake van een centraal verwerkingsproces. Centrale processen vragen van de ontvanger veel aandacht en bewust nadenken, zoals het verwerken van argumenten. De attitudeverandering, die door de centrale route plaatsvindt, is meestal een sterk, lange termijn effect (Dainton & Z Kelley, 2005). De perifere route vereist minder motivatie en denkvermogen bij het verwerken van een boodschap. Overtuiging in de perifere route vindt meestal plaats aan de hand van een heuristiek: een simpele beslisregel waarop een oordeel gebaseerd wordt. De ontvanger let in dit geval niet op de inhoudelijke kant van de boodschap, maar bijvoorbeeld op het uiterlijk van de zender, het aantal argumenten of de autoriteit. Het veranderen van de houding (*attitude*) via de perifere route leidt meestal alleen tot een korte termijn aanpassing van de houding.

Naast de motivatie en mogelijkheid om te verwerken is de keuze voor een van beide routes afhankelijk van de betrokkenheid van de luisteraar. Mensen die meer (persoonlijk) betrokken zijn bij een boodschap kiezen vaker voor de centrale route (Cacioppo & Petty, 1979). In dat geval zal de luisteraar meer kijken naar de argumenten en de verbale inhoud van een boodschap. Wanneer men minder geïnteresseerd is in de inhoudelijke kant van de boodschap, zal vooral geconcentreerd worden op het non-verbale gedeelte dat wordt overgebracht, zoals de stem of gezichtsuitdrukkingen. Uit onderzoek van Gelinas-Chebat en Chebat (2001) kwam eveneens naar voren dat wanneer men niet geïnteresseerd is in de boodschap, de stem die de spreker gebruikt een grotere rol speelt, dan wanneer men wel geïnteresseerd is in de boodschap. Een hogere betrokkenheid bij het thema van een boodschap kan daarnaast zorgen dat mensen een sneller spreektempo overtuigender vinden dan een minder snel spreektempo (Smith & Schaffer, 1991).

De betrokkenheid bij het thema van de boodschap, in dit onderzoek het politieke debat, zou wellicht een rol kunnen spelen in de beoordeling van de ontvanger op de zender. Hieruit komt de vierde en laatste hypothese van dit onderzoek naar voren:

*Hypothese 4: De betrokkenheid van de ontvanger bij de boodschap is van invloed op diens beoordeling van de geloofwaardigheid en overtuigingskracht van de zender.*

*Figuur 2.3: Elaboration Likelihood Model (Cacioppo & Petty, 1979)*

## **2.5 Onderzoeksopzet en variabelen**

Deze scriptie is een verlengde van theorieën die tot deeldomeinen als emoties en non-verbale communicatie behoren. Bekeken wordt wat de invloed is van het stemgebruik op competenties, die aan de zender toegeschreven worden. In dit onderzoek wordt uitgegaan van de formule van Mehrabian (1971), die in dagelijkse gesprekken het belang van non-verbale communicatie als de stem en gezichtsuitdrukking voorop stelt in tegenstelling tot de verbale communicatie. In dit onderzoek zal eveneens kritisch gekeken worden naar onderzoeken, die bestaan over congruente en incongruente emoties. De onafhankelijke variabelen die tot dit onderzoek behoren zijn de modaliteit en de verschillende emoties in de boodschap die congruent kunnen zijn (boos), incongruent (vrolijk) en neutraal. Studies die zich richten op de totstandkoming van de geloofwaardigheid en overtuigingskracht van de zender, dienen eveneens als basis voor dit scriptieonderzoek. Wat betreft de afhankelijke variabelen zal gekeken worden wat leidt tot de totstandkoming van de geloofwaardigheid en overtuigingskracht van een zender. De uiteindelijke vraagstelling is hierdoor of men, door het veranderen van de emotie in de boodschap, de zender nog even geloofwaardig en overtuigend vindt. Het *ELM* (Cacioppo & Petty, 1979) dient als richtlijn om de variabele betrokkenheid als moderator te zien. De variabelen worden in figuur 2.4 in een conceptueel model geplaatst, waarna een overzicht volgt van de vraagstelling en hypothesen.

*Figuur 2.4: Conceptueel model van het onderzoek*

In het onderzoek zal getracht worden de volgende vraagstelling te beantwoorden:

*Wat is het effect van emoties in het stemgebruik in het auditieve communicatiekanaal en het multimodale communicatiekanaal op de geloofwaardigheid en overtuigingskracht van de zender van de boodschap, zoals deze door de ontvanger wordt waargenomen?*

Deze vraagstelling zal beantwoord worden aan de hand van de volgende vier, uit de theorie ontstane, hypothesen:

Hypothese 1: Emoties in de boodschap hebben meer effect op de geloofwaardigheid en de overtuigingskracht wanneer deze via het multimodale kanaal worden overgebracht in plaats van het auditieve kanaal.

Hypothese 2: Het gebruik van een congruente emotie maakt een zender geloofwaardiger en overtuigender dan het gebruik van een incongruente emotie.

Hypothese 3: Er is een samenhang tussen de variabelen geloofwaardigheid en overtuigingskracht; een toename van de ene variabele zorgt voor een hogere score op de andere variabele.

Hypothese 4: De betrokkenheid van de ontvanger bij de boodschap is van invloed op diens beoordeling van de geloofwaardigheid en overtuigingskracht van de zender.



### III Methode

#### 3.1 Proefpersonen

In totaal hebben 103 proefpersonen deelgenomen aan het onderzoek. Deze respondenten waren eerstejaarsstudent van de studie Communicatie- en Informatiewetenschappen of volgden een premaster Communicatie- en Informatiewetenschappen aan de Universiteit van Tilburg. Alle respondenten stonden ingeschreven in de Proefpersonenpool van de universiteit. Aan het onderzoek namen 32 mannen (31.1%) en 71 vrouwen deel (68.9%). De leeftijd van de proefpersonen varieerde tussen de 18 en 28 jaar. Tabel 3.1 geeft de demografische informatie van de proefpersonen per een van de zes onderzoekscondities weer.

Tabel 3.1: Verdeling van de proefpersonen over de experimentele condities aan de hand van het geslacht en de leeftijd (gemiddelde (*M*) en standaarddeviatie (*SD*))

Conditie	Geslacht			Leeftijd	
	Man	Vrouw	Totaal	<i>M</i>	<i>SD</i>
Neutraal auditief	5	13	18	22.33	3.2
Neutraal multimodaal	5	12	17	21.24	2.28
Boos auditief	5	12	17	20.71	2.01
Boos multimodaal	4	13	17	21.12	2.09
Vrolijk auditief	6	11	17	21.88	2.64
Vrolijk multimodaal	7	10	17	21.94	1.6
<i>Totaal</i>	32	71	103	21.54	2.3
<i>%</i>	31.1	68.9	100	-	-

Het merendeel, 89.3% van de studenten ( $n = 92$ ), gaf aan dat ze studeerden aan de universiteit. De rest, 5.8 %, gaf aan dat ze als opleiding het HBO ( $n = 6$ ) volgden of, in het geval van 4.9%, het Voortgezet Onderwijs ( $n = 5$ ).

Naast het vragen van gegevens over geslacht, leeftijd en opleiding kregen de respondenten twee vragen voorgelegd over hun interesse en betrokkenheid bij de politiek. Er bleek tussen de studenten een duidelijk verschil te zijn in hun betrokkenheid bij de politiek. Van de respondenten gaf 26.2 % aan dat ze betrokken waren bij de politiek, 32% dat ze dit niet waren en 41.7% zei dat ze enigszins betrokken waren bij de politiek. Het cijfer dat door de studenten aan de politiek werd gegeven lag gemiddeld op 2.94 (op een schaal van 10). Tabel 3.2 en 3.3 geven de verschillen in betrokkenheid en cijfer voor de politiek aan tussen de zes verschillende condities.

Tabel 3.2: Betrokkenheid bij de politiek aan de hand van de zes verschillende condities

Conditie	Betrokkenheid bij de politiek		
	Ja	Nee	Een beetje
Neutraal auditief	4	7	7
Neutraal multimodaal	5	7	5
Boos auditief	5	3	9
Boos multimodaal	1	7	9
Vrolijk auditief	6	5	6
Vrolijk multimodaal	6	4	7
<i>Totaal</i>	27	33	43
<i>%</i>	26.2	32	41.7

Tabel 3.3: Gemiddeld cijfer (M) en standaarddeviatie (SD) voor de politiek in de zes verschillende condities

Conditie	Cijfer t.a.v politieke debat	
	M	SD
Neutraal auditief	2.94	0.64
Neutraal multimodaal	3.06	0.43
Boos auditief	2.88	0.33
Boos multimodaal	2.88	0.49
Vrolijk auditief	2.94	0.57
Vrolijk multimodaal	2.94	0.56
<i>Totaal</i>	2.94	0.54

## 3.2 Stimulusmateriaal

### 3.2.1 Stimulustekst

In dit onderzoek is ervoor gekozen om als thema van de stimulustekst het politieke debat te gebruiken. De afname van het experiment vond plaats tussen de val van het kabinet op d.d. 20 februari 2010 en de aanloop naar nieuwe verkiezingen op d.d. 9 juni 2010, waardoor de mogelijkheid bestond dat de respondenten hier een verschillende mening over hadden. Wellicht zou dit thema hen laten denken dat het onderzoek zich bezighoudt met een politiek gerelateerd onderwerp, zodat ze minder zouden letten op het daadwerkelijke doel van het onderzoek. De stimulustekst werd gebruikt worden om verschillende emoties (neutraal, boos en vrolijk) en de modaliteit (auditief, multimodaal) te manipuleren. Aan de hand van de stimulustekst werd gekeken hoe geloofwaardig en overtuigend men de zender van de boodschap vond. Bijlage 1 geeft de stimulustekst weer zoals deze in het onderzoek is gebruikt. De onderstrepingen geven de belangrijkste woorden aan waarmee de emotie kon worden gemanipuleerd. Alle zes de fragmenten

bevatten dezelfde kernwoorden, echter verschilden de fragmenten soms in klein detail.

### **3.2.2 Fragmenten**

Zoals uit het onderzoek van Juslin en Laukka (2003) blijkt, worden de emoties boosheid en vrolijkheid met de hoogste nauwkeurigheid herkend bij gesprekspartners. Daarom zijn deze twee emoties door de acteur gebruikt bij het inspreken van de stimulustekst. Een derde, neutrale emotie diende als controlegroep. Voor het opnemen van de verschillende fragmenten is gekozen voor een mannelijke acteur, omdat bij eerder onderzoek de resultaten bij de mannelijke acteur uitbleven (Petri, 2009). Dit onderzoek kan daarom resultaten toevoegen aan het onderzoeksgebied door het gebruik van een man. De mannelijke persoon in dit onderzoek had al enige ervaring met het manipuleren van emoties door zijn toneelwerk bij Universiteitstheater 'De Koffer'.

De acteur heeft de instructie gekregen om dezelfde stimulustekst op drie verschillende manieren uit te spreken: met een neutrale, boze en vrolijke emotie. Hij deed dit voor zowel de auditieve conditie als de multimodale conditie, wat leidde tot zes condities. De woordelijke betekenis van de stimulustekst bevatte in alle zes gevallen een boze emotie. In de drie fragmenten in de auditieve conditie werd de acteur gevraagd om enkel een verschillende emotie in de stem te leggen. Bij een boze emotie in de stem leidde dit tot een congruente situatie, bij de vrolijke en neutrale emotie tot een incongruente situatie. De deelnemers in een van de drie auditieve condities, beluisterden een geluidsfragment.

De andere drie fragmenten waren qua emoties hetzelfde, maar hierbij werd naast emotie in de stem, ook emotie in de gebaren en gezichtsuitdrukking gelegd. In de neutrale multimodale conditie werd de acteur bijvoorbeeld gevraagd monotoon te praten en nauwelijks gebaren of gezichtsuitdrukkingen te gebruiken. Boosheid kwam tot uiting door de wenkbrauwen te fronsen of met de vuist op tafel te slaan. Bij de laatste emotie, vrolijkheid, werd een andere zithouding aangenomen om vriendelijker en sympathieker over te komen en vertelde de acteur zijn verhaal met een lach. De deelnemers in een van de drie multimodale condities bekeken een videofragment. Tabel 3.4 laat zien welke emotie, fragment en congruentie de zes condities bevatten.

Tabel 3.4: Zes verschillende onderzoekscondities gespecificeerd naar emotie, fragment en congruentie

Conditie	Emotie		Fragment	Congruentie
	Tekst	Stem/gezichtsuitdrukkingen		
Neutraal auditief	Boos	Neutraal in stem	Geluidsfragment	Incongruent
Neutraal multimodaal	Boos	Neutraal in stem + gezicht/gebaren	Videofragment	Incongruent
Boos auditief	Boos	Boos in stem	Geluidsfragment	Congruentie
Boos multimodaal	Boos	Boos in stem + gezicht/gebaren	Videofragment	Congruentie
Vrolijk auditief	Boos	Vrolijk in stem	Geluidsfragment	Incongruent
Vrolijk multimodaal	Boos	Vrolijk in stem + gezicht/gebaren	Videofragment	Incongruent

De fragmenten zijn in een neutrale omgeving op de Universiteit van Tilburg opgenomen, zonder enige invloeden van buitenaf. Geprobeerd is om de acteur neer te zetten als een persoon die zijn mening over het politieke debat wil ventileren. Dit werd versterkt door in de instructie van de vragenlijst te plaatsen dat het fragment afkomstig is van videokanaal YouTube©. De videofragmenten werden opgenomen met een Canon videocamera met HD kwaliteit en werden tijdens het experiment afgespeeld op een Dell laptop. De filmpjes beluisterden de deelnemers met een headset.

De geluidsfragmenten moesten identiek zijn aan de filmfragmenten, maar dan zonder beeld. Daarom is ervoor gekozen de geluidsfragmenten van de videofragmenten af te splitsen. De stem in beide fragmenten bleef hierdoor gelijk aan elkaar. De drie filmfragmenten en hun bijbehorende geluidsfragmenten duurden tussen de 1 minuut en 40 seconden en 1 minuut en 50 seconden.

### 3.3 Design

Bij het onderzoek is gebruik gemaakt van een 2 (modaliteit: auditief vs. multimodaal) x 3 (emotie: congruent, incongruent, neutraal) tussenproefpersoon design. Dit houdt in dat de deelnemers van het onderzoek willekeurig aan één van de zes verschillende condities werden toegewezen ('t Hart, Boeije & Hox, 2005). Het onderzoek bestond uit vier delen: de stellingen voor het fragment (deel 1), het beluisteren van het fragment (deel 2), de stellingen na het fragment (deel 3) en de personalia (deel 4). De zes condities verschilden enkel van elkaar in deel 2 van het onderzoek.

In een voormeting, voorafgaand aan het daadwerkelijke experiment, werd aan de hand van stellingen de mening van de respondent ten opzichte van het politieke debat gemeten. Vervolgens kregen de personen in een van de zes verschillende condities een ander fragment te horen of te zien. Tijdens het beluisteren of bekijken van het fragment gaven de respondenten aan hoe geloofwaardig en overtuigend ze de persoon in het fragment vonden. Na het beluisteren van het fragment werden de deelnemers in het laatste deel van de vragenlijst gevraagd om vijf politieke thema's een cijfer te geven. Als afsluiting moesten de deelnemers hun personalia invullen.

### 3.4 Instrumentatie

De proefpersonen werden geïnstrueerd om voor, tijdens en na het beluisteren van het geluid of videofragment, het eerste deel van de papieren vragenlijst in te vullen. De vragenlijst is onderverdeeld in verschillende constructen, die hieronder een voor een behandeld zullen worden.

#### 3.4.1 Houding ten aanzien van het politiek debat

Het eerste deel van de vragenlijst bevatte dertien stellingen over het politieke debat, die door de respondenten beantwoord werden. Dit kon gedaan worden aan de hand van een zeven- puntschaal, waarbij de antwoorden varieerden tussen 1 (helemaal mee oneens) en 7 (helemaal mee eens). De vragen werden gesteld aan de hand van de Likert-schaal. De Likert-schaal is een van de bekendste en meest gebruikte schalen voor het meten van een houding (*attitude*) in de sociale psychologie (Likert, 1932). In de vragenlijst is rekening gehouden met de balans tussen de stellingen, waardoor zes zinnen een positieve formulering hebben en zeven een negatieve. De verschillende stellingen werden opgedeeld in vier verschillende constructen, zoals in tabel 3.5 te zien is: (A) taalgebruik in de Tweede Kamer, (B) betrokkenheid bij de politiek, (C) vernieuwing in de politiek en (D) zekerheid over het eigen stemgedrag.

Tabel 3.5: Constructen in deel 1 van de vragenlijst met hun bijbehorende gemiddelden en standaarddeviaties

<b>Construct</b>	<b>M</b>	<b>SD</b>
A) Taalgebruik	3.84	0.93
B) Betrokkenheid	4.22	1.07
C) Vernieuwing	3.90	0.91
D) Stemgedrag	3.41	1.69

De stellingen over het politieke debat werden opgesteld aan de hand van deze thema's. Vervolgens is na afloop de Cronbach's alfa coëfficiënt van de vier constructen gemeten. De constructen hadden achtereenvolgens een Cronbach's alfa van  $\alpha = .51$  bij het construct taalgebruik ( $M = 3.84$ ,  $SD = 0.93$ ),  $\alpha = .53$  bij het construct betrokkenheid ( $M = 4.22$ ,  $SD = 1.07$ ),  $\alpha = .27$  voor het construct vernieuwing ( $M = 3.90$ ,  $SD = 0.91$ ) en  $\alpha = .86$  bij het construct stemgedrag ( $M = 3.41$ ,  $SD = 1.69$ ). De bovenstaande stellingen waren niet zozeer nodig om latere analyses mee uit te voeren, maar dienden vooral om de deelnemers na te laten denken over het politieke onderwerp. De lage betrouwbaarheid van de schalen, die zich weerspiegelen in bovenstaande coëfficiënten, hebben dus geen negatieve invloed op het verdere onderzoek.

### 3.4.2 Geloofwaardigheid van de bron

Na de voormeting aan de hand van de stellingen startte het daadwerkelijke onderzoek. In het tweede deel van de vragenlijst kregen de respondenten in een van de zes condities een fragment te zien waarna verschillende vragen zijn gesteld over de geloofwaardigheid en overtuigingskracht van de zender. De respondenten werden in de instructie gevraagd het fragment drie keer af te spelen en na elke keer een nieuwe reeks met vragen te beantwoorden. Bovendien is aangegeven of de deelnemers op de inhoud van de boodschap moesten letten of meer naar de zender van de boodschap moesten kijken. Nadat de respondent het fragment voor de eerste keer gezien had, zijn enkele vragen ingevuld over de geloofwaardigheid van de spreker. Om de geloofwaardigheid en ethos van de bron te meten is bij het opstellen van de vragenlijst gebruik gemaakt van zevenpunt bipolair adjectief schalen (McCroskey & Teven, 1999). Deze adjectief schalen zijn enigszins aangepast om ze zo goed mogelijk op het eigen scriptieonderzoek aan te laten sluiten. Om de geloofwaardigheid te meten werd het construct opgedeeld in vier verschillende subconstructen: (1) competentie, (2) welwillendheid, (3) betrouwbaarheid en (4) persoonlijkheid. Zoals in tabel 3.6 te zien is vallen onder de vier items minimaal drie paren van adjectieven: C1 t/m C3 (competentie), W1 t/m W3 (welwillendheid), B1 t/m B3 (betrouwbaarheid) en P1 t/m P4 (persoonlijkheid).

Tabel 3.6: Geloofwaardigheid van de bron aan de hand van de vier constructen en hun items.

<b>Geloofwaardigheid van de bron</b>	
1) <i>Competentie</i>	C1 Intelligentie C2 Deskundigheid C3 Geinformeerd
2) <i>Welwillendheid</i>	W1 Egoïsme W2 Sympathiek W3 Sensitief
3) <i>Betrouwbaarheid</i>	B1 Begripvol B2 Eerlijk B3 Respect
4) <i>Persoonlijkheid</i>	P1 Warmte P2 Introvertie P3 Aantrekkelijkheid P4 Openheid

Aan de hand van de in tabel 3.6 genoemde constructen en items werd de geloofwaardigheid van de zender gemeten. Eén van de drie items die viel onder het construct ‘competentie’ werd als volgt in het onderzoek gezet: ‘*Ik vind de spreker geïnformeerd (= 1)/ongeïnformeerd (= 7)*’. De Cronbach’s alpha van het complete construct competentie bleek  $\alpha = .75$  ( $M = 4.90$ ,  $SD = 0.97$ ). De ‘welwillendheid’ van de bron werd gemeten door een adjectief als: ‘*Ik vind de spreker sensitief (=1)/niet-sensitief (=7)*’. Met de twee andere adjectieven samengenomen had het gehele construct welwillendheid een Cronbach’s  $\alpha = .59$  ( $M = 4.01$ ,  $SD = 0.82$ ). Een item als ‘*Ik vind de spreker eerlijk (=1)/oneerlijk (=7)*’, gaf de betrouwbaarheid aan van de zender van de boodschap (McCroskey & Teven, 1999). Samen met de items ‘begripvol’ en ‘respect’ bedroeg de alpha coëfficiënt van het construct ‘betrouwbaarheid’  $\alpha = .08$  ( $M = 4.43$ ,  $SD = 0.65$ ). Om eveneens het karakter van de zender te meten werd voor het construct ‘persoonlijkheid’ gebruik gemaakt van adjectieven als *warm-koud* en *introvert-extrovert*. De Cronbach’s alpha van het volledige construct persoonlijkheid was  $\alpha = .67$  ( $M = 4.29$ ,  $SD = 0.96$ ).

### 3.4.3 Overtuigingskracht van de bron

De respondenten zijn vervolgens gevraagd voor de tweede maal het fragment te bekijken en hierbij meer te letten op *wat* de persoon in het fragment zegt, in plaats van *hoe* hij het zegt. Door de aandacht af te leiden van de zender naar de inhoud van de boodschap, kon de overtuigingskracht beter gemeten worden. Hierna volgden zes stellingen die de overtuigingskracht van de bron op de ontvanger probeerden te meten. Onder andere uit het *ELM* van Cacioppo & Petty (1979) is gebleken dat mensen een persoon die sterke argumenten heeft, overtuigender vinden dan iemand met zwakke argumenten. Verschillende psychologische persoonlijkheidsschalen geven aan dat overtuigende mensen de volgende kenmerken bezitten: (1) sterke argumenten, (2) zelfverzekerd, (3) indruk maken, (4) niet gemakkelijk beïnvloedbaar, (5) individualistisch en (6) onafhankelijk. Aan de hand van deze kenmerken zijn de zes stellingen ten aanzien van de overtuigingskracht van de spreker opgesteld. De stellingen konden beantwoord worden aan de hand van zevenpuntsschalen (1 = helemaal mee oneens, 7 = helemaal mee eens). De onderliggende consistentie van de schaal op basis van deze zes items was goed (Cronbach  $\alpha = .74$ ,  $M = 4.47$ ,  $SD = 0.99$ ).

### 3.4.4 Algemene indruk van het politieke debat

In het derde en laatste deel van de vragenlijst, werden de respondenten gevraagd voor de laatste keer het fragment te bekijken. In dit geval werd tevens benadrukt te letten op *wat* er gezegd wordt en niet zozeer op *hoe* de zender dit verteld. Na het beluisteren van het fragment werden tot slot vijf stellingen aan de deelnemers voorgelegd. Er kon op deze stellingen een cijfer worden gegeven (1= helemaal niet goed, 7= helemaal goed). De zinnen komen overeen met de vier constructen zoals die in deel 1 van de vragenlijst gebruikt zijn. Om een algemene beoordeling over de politiek te krijgen is hier construct (5) *politiek in het*

*algemeen* aan toegevoegd. De vijf constructen hadden gezamenlijk een Cronbach's alfa van  $\alpha = .70$ .

### **3.4.5 Pretesten van de stimulistekst, vragenlijst en de procedure**

Voor het experiment heeft plaatsgevonden zijn enkele pretesten afgenomen. De stimulistekst die gebruikt werd tijdens het onderzoek is vooraf onder drie personen getest. Na het lezen van de tekst noemden zij emoties als boosheid, teleurgesteld en rancune (indirecte manier van wraak uiten) die voor hen de tekst weerspiegelden. De tekst moest de emotie boosheid dragen, waardoor besloten is om weinig aan de tekst te veranderen. Enkel woorden die een eventuele teleurstelling extra zouden benadrukken zijn weggehaald uit de tekst.

De vragenlijst en procedure zijn getest onder zes verschillende personen. Hierdoor konden alle condities van het experiment van tevoren getoetst worden. De zes respondenten waren niet op de hoogte van het doel van het experiment. De pretesten hebben licht laten schijnen op een aantal moeilijkheden en onduidelijkheden in de vragenlijst en de procedure. Naar aanleiding van de pretesten zijn instructies over de 7-punts Likert-schaal aan de vragenlijst toegevoegd. Daarnaast is de lay-out veranderd en zijn de stellingen in deel 1 en deel 3 van de vragenlijst enigszins aangepast, omdat de respondenten aangaven dat de stellingen teveel op elkaar leken. Wat betreft de procedure zijn er enkele pagina's aan de *PowerPoint Presentatie* toegevoegd. Hierdoor werd het voor de respondenten duidelijker wanneer ze een vraag op de vragenlijst moesten beantwoorden of juist een fragment moesten bekijken.

Aan de zes personen is bovendien gevraagd welke emotie zij uit de fragmenten naar voren vonden komen. Hieruit bleek dat de neutrale en boze conditie erg duidelijk waren. De vrolijkheid conditie was soms moeilijker te herkennen, al gaven de personen wel aan dat vrolijkheid moeilijk te vatten is in gebaren of gezichtsuitdrukkingen. Dit komt overeen met de bevindingen van Van Marwijk (2010). Hiermee zal in de discussie rekening worden gehouden.

## **3.5 Procedure**

Het onderzoek is in de tweede en derde week van mei afgenomen in een kleine, rustige collegezaal op de Universiteit van Tilburg (d.d.10-05-2010 tot d.d. 21-05-2010). Alle respondenten werden ontvangen in een zaal waar gelegenheid was om met vier respondenten tegelijkertijd het onderzoek af te nemen. Tijdens en na het onderzoek hebben de respondenten niet met elkaar gesproken over het doel van het onderzoek. Aan de respondenten is een papieren vragenlijst gegeven. Ze werden daarna gevraagd achter een computer plaats te nemen en de *Powerpoint Presentatie* te openen. Deze presentatie begeleidde de respondenten door het experiment en zorgde ervoor dat ze het geluid of video fragment konden afluisteren. Bovendien werd benadrukt dat de respondenten voorafgaand aan het experiment de instructie goed doorlazen. De proefpersonen kregen op dit moment de gelegenheid om vragen te stellen aan de



onderzoeksleider.

Vervolgens vulden de respondenten de eerste dertien stellingen in, die gingen over het politieke debat. Het was essentieel dat dit gebeurde voordat ze het fragment hadden bekeken, dit zou immers hun houding van tevoren al kunnen beïnvloeden. Na de stellingen bekeken de deelnemers het fragment voor de eerste keer. Ze vulden hierbij het tweede deel van de vragenlijst in met adjectief schalen over de geloofwaardigheid van de zender. Nadat de proefpersonen het fragment voor de tweede keer gezien hadden, beantwoordden ze zes stellingen over de overtuigingskracht van de zender. De respondenten konden tot slot na een derde herhaling van het fragment de algemene vragen over het politieke debat invullen. Het onderzoek werd beëindigd met enkele vragen over persoonsgegevens en de mogelijkheid tot het geven van opmerkingen. Hierna werden de respondent door de onderzoeksleider bedankt voor het onderzoek. Tijdens het afnemen van de experimenten was de procedure voor elke kandidaat hetzelfde. Het experiment duurde ongeveer 10 tot 20 minuten, dit verschilde echter per kandidaat. Er hebben zich tijdens het onderzoek geen bijzondere benoemingswaardigheden voorgedaan.

### **3.6 Verwerking van de gegevens**

De experimentele gegevens zijn verwerkt door middel van SPSS-software 16.0. Allereerst is gekeken of de belangrijke variabelen normaal verdeeld waren. Verschillende items zijn daarnaast omgepoold, om er voor te zorgen dat een lage score negatief was en een hoge score positief. Daarna zijn verschillende statistische technieken afgenomen. Voor de eerste en tweede hypothese is gebruik gemaakt van een tweewegs ANOVA. Voor het analyseren van de derde hypothese is een bivariate correlatie uitgevoerd. De laatste hypothese over de betrokkenheid bij het thema is uitgevoerd aan de hand van een ANCOVA. De post-hoc analyses werden verricht met een-wegs ANOVA's.

## IV Resultaten

In het volgende hoofdstuk zullen achtereenvolgens de resultaten van de vier hypothesen worden besproken. Paragraaf 4.1 behandelt de vraag of er sprake is van een grotere geloofwaardigheid en overtuigingskracht bij een multimodale modaliteit, dan bij een auditieve modaliteit (Hypothese 1). Daarnaast zal in de tweede paragraaf gekeken worden of een congruente emotie geloofwaardiger en overtuigender is, dan een incongruente emotie (Hypothese 2). In paragraaf 4.3 wordt een eventuele correlatie tussen de geloofwaardigheid en de overtuigingskracht van de zender nader bekeken (Hypothese 3). In paragraaf 4.4 staat centraal of de moderator betrokkenheid van invloed kan zijn op de geloofwaardigheid en overtuigingskracht (Hypothese 4). Tot slot zijn enkele post hoc tests uitgevoerd die in de laatste paragraaf besproken zullen worden

### 4.1 Modaliteit en geslacht als invloed op geloofwaardigheid en overtuigingskracht

Twee univariate ANOVA's zijn uitgevoerd om de verschillen tussen geloofwaardigheid en overtuigingskracht te bekijken tussen de modaliteiten auditief en multimodaal. Tabel 4.1 geeft allereerst de gemiddelden en standaarddeviaties voor de geloofwaardigheid en overtuigingskracht van de zender bij emotie en modaliteit, waarbij een onderscheid wordt gemaakt in sekse.

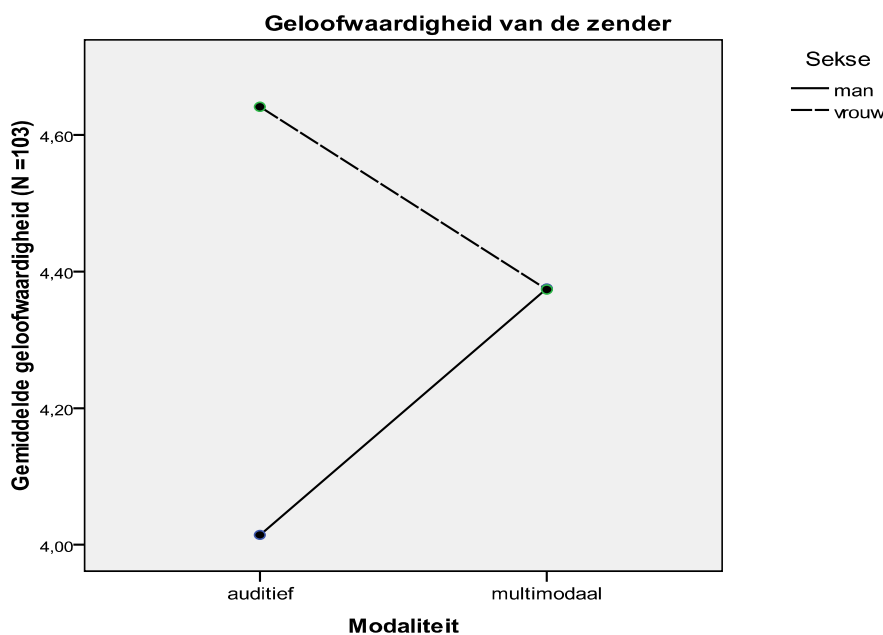
Tabel 4.1: Gemiddelden en standaarddeviaties voor mannen en vrouwen van emotie en modaliteit op geloofwaardigheid en overtuigingskracht (score is minimaal 1, maximaal 7)

	Emotie			Modaliteit	
	M (SD)			M(SD)	
<b>Man</b>	Neutraal	Boos	Vrolijk	Auditief	Multimodaal
Geloofwaardigheid	3.90 (0.66)	4.30 (0.66)	4.34 (0.56)	4.01 (0.61)	4.38 (0.34)
Overtuigingskracht	3.60 (0.99)	4.56 (1.48)	4.29 (1.00)	3.85 (1.28)	4.45 (1.03)
<b>Vrouw</b>					
Geloofwaardigheid	4.38 (0.59)	4.50 (0.51)	4.67 (0.54)	4.64 (0.50)	4.37 (0.58)
Overtuigingskracht	4.35 (0.89)	4.85 (0.82)	4.63 (0.81)	4.75 (0.86)	4.46 (0.83)

De eerste twee-weg ANOVA werd uitgevoerd met de variabelen sekse, modaliteit en geloofwaardigheid. Uit deze analyse kwam naar voren dat er geen significant hoofdresultaat is voor de variabele modaliteit:  $F(1,99) = 0.49$ ,  $p = .70$ ,  $\eta_p^2 = .00$ . Er was hierdoor geen verschil in geloofwaardigheid van de spreker tussen de auditieve en multimodale versie. Er bleek wel sprake te zijn van een hoofdeffect voor de variabele sekse:  $F(1,99) = 6.73$ ,  $p < .03$ ,  $\eta_p^2 = .064$ . De verschillen tussen mannen en vrouwen in hun

beoordeling van de geloofwaardigheid van de zender waren hierdoor significant. Er bestond tot slot een interactie-effect tussen de twee variabelen sekse en modaliteit:  $F(1,99) = 6.79$ ,  $p < .03$ . Dit effect bleek gemiddeld groot met  $\eta_p^2 = 0.64$ . Figuur 4.2a laat dit interactie-effect tussen sekse en modaliteit zien. Hieruit komt naar voren dat in de auditieve versie, waarin men alleen de stem van de persoon hoorde, mannen en vrouwen sterk verschillen in de mate waarin ze de zender geloofwaardig vinden. In de multimodale conditie echter, is er weinig verschil in de geloofwaardigheid die ze toekennen aan de persoon in het fragment.

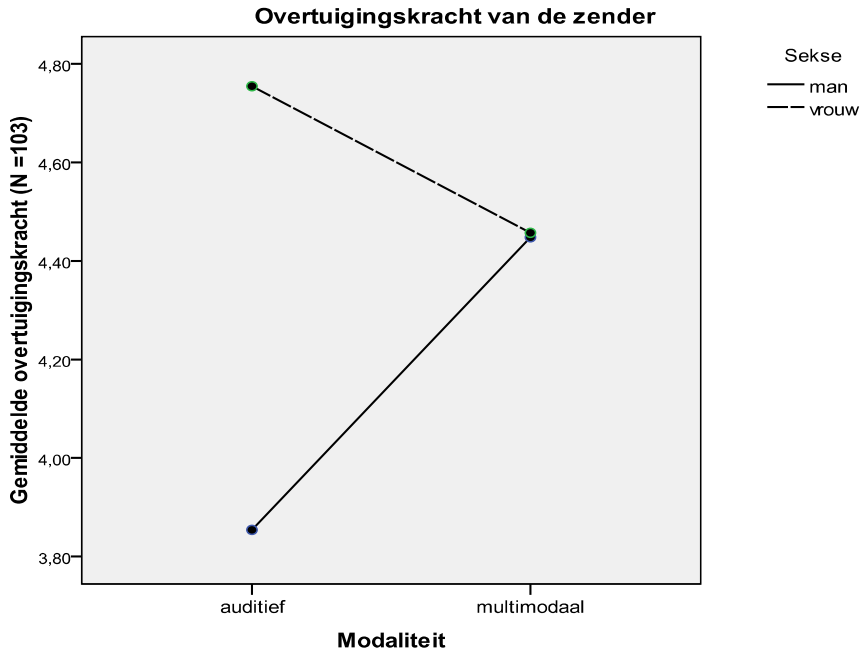
Figuur 4.2a: Interactie-effect tussen categorieversie, sekse en geloofwaardigheid (score is minimaal 1, maximaal 7)



Een volgende twee-weg ANOVA is uitgevoerd met de variabelen sekse, modaliteit en overtuigingskracht. Hierbij werd gekeken naar de impact van sekse en modaliteit op de beoordeling van de overtuigingskracht van de zender. Er bleek geen sprake te zijn van een hoofdeffect voor modaliteit:  $F(1,99) = 0.53$ ,  $p = .47$ ,  $\eta_p^2 = .00$ . Dit impliceert dat er geen significant verschil was in de scores in overtuigingskracht tussen de auditieve en multimodale versie. Er trad wel een significant hoofdresultaat op voor de variabele sekse:  $F(1,99) = 5.02$ ,  $p < .05$ , al was dit een klein effect ( $\eta_p^2 = .05$ ). Dit gaf aan dat mannen en vrouwen verschilden in hun beoordeling over de overtuigingskracht van de zender. Tussen de twee variabelen modaliteit en sekse werd daarnaast een interactie-effect gevonden met  $F(1,99) = 4.82$ ,  $p < .05$ ,  $\eta_p^2 = .05$ . Figuur 4.2b geeft een plot weer voor de relatie tussen modaliteit, sekse en overtuigingskracht van de zender. Dit figuur geeft aan dat de mannen en vrouwen, evenals bij de beoordeling van geloofwaardigheid, meer van mening verschilden over de overtuigingskracht van de zender in de auditieve conditie. In de

multimodale conditie nam dit meningsverschil over de overtuigingskracht af tussen de seksen<sup>1</sup>.

Figuur 4.2b: Interactie- effect tussen categorieversie, sekse en overtuigingskracht (score is minimaal 1, maximaal 7)



## 4.2 Modaliteit en emotie als invloed op geloofwaardigheid en overtuigingskracht

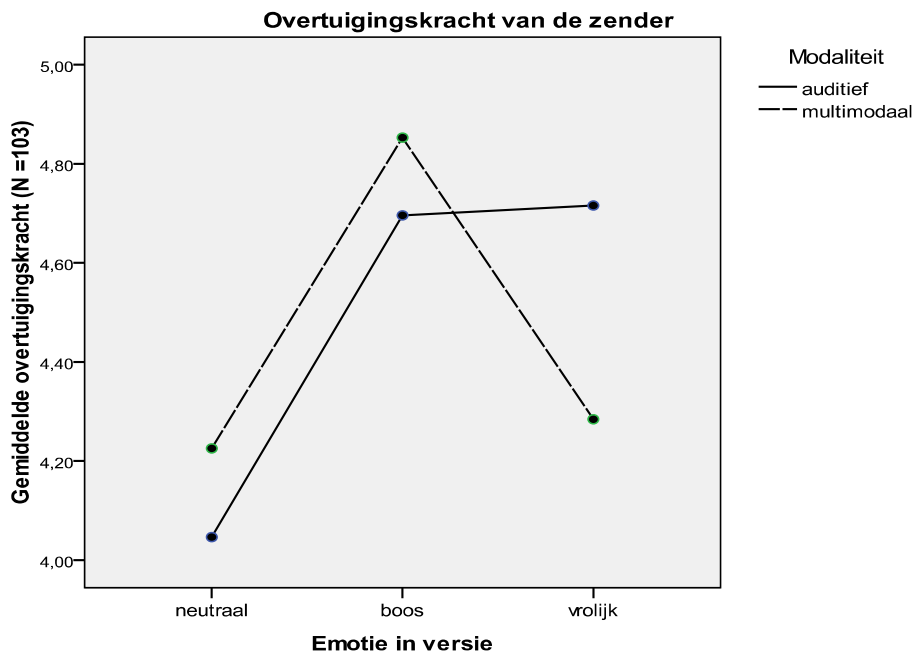
Voor zowel de variabele geloofwaardigheid als overtuigingskracht is een twee-weg tussengroep ANOVA uitgevoerd om te kijken wat het effect van modaliteit en emotie op deze variabelen is. De eerste twee-weg ANOVA, die de relatie tussen modaliteit, emotie en geloofwaardigheid onderzocht leverde geen significant hoofdeffect op voor de variabele modaliteit:  $F(1, 97) = 0.43, p = .51, \eta_p^2 = .00$ . Er bleek eveneens geen hoofdeffect te bestaan voor de variabele emotie  $F(2,97) = 2.42, p = .09, \eta_p^2 = .05$ . Er was hierdoor geen verschil in geloofwaardigheid tussen de drie verschillende emotiecondities. De interactie tussen de variabelen modaliteit en emotie leverden tot slot geen significant resultaat op  $F(2, 97) = 1.94, p = .15, \eta_p^2 = .04$ . Hierdoor zijn de modaliteit van het communicatiekanaal en de emoties in de boodschap niet van invloed op de beoordeling van de geloofwaardigheid van de zender.

Voor het analyseren van de invloed van modaliteit en emotie op de overtuigingskracht, die aan de zender wordt toegekend, werd een andere twee-weg tussengroep ANOVA uitgevoerd. Er trad geen hoofdeffect op voor de variabele modaliteit, met  $F(1,97) = 0.03, p = .87, \eta_p^2 = .00$ . Hierdoor was er geen verschil in overtuigingskracht die aan de spreker werd toegekend tussen de auditieve en multimodale

<sup>1</sup> Er was geen sprake van een 3-wegs interactie tussen emotie, geslacht en modaliteit

conditie. Wel was er sprake van een hoofdeffect voor de variabele emotie,  $F(2, 97) = 3.83$ ,  $p < .03$ , met  $\eta_p^2 = .07$ . De sterkte van dit effect kan als gemiddeld groot worden gezien (Cohen, in Pallant, 2007). De respondenten in de boze conditie kregen een fragment te zien of horen waarin de acteur een boze tekst op een boze manier overbracht. In deze boze conditie werd de zender het meest overtuigend bevonden. Een post hoc test wijst uit dat de neutrale conditie ( $M = 4.11$ ,  $SD = 0.97$ ) significant verschilt van de conditie met de boze emotie ( $M = 4.77$ ,  $SD = 1.01$ ). Er werd geen interactie-effect tussen de modaliteit en emotie gevonden,  $F(2, 97) = 1.107$ ,  $p = .34$ ,  $\eta_p^2 = .02$ . Figuur 4.3 geeft het effect van emotie en modaliteit op de overtuigingskracht weer.

Figuur 4.3: Invloed van emotie en modaliteit op overtuigingskracht (score is minimaal 1, maximaal 7)



### 4.3 Gelooftwaardigheid en overtuigingskracht van de zender

Door middel van een bivariate correlatie is nagegaan of er een relatie bestaat tussen de geloofwaardigheid van de zender en zijn overtuigingskracht. De relatie werd gemeten door een *Pearsons* correlatie coëfficiënt (Pallant, 2007). Voordat deze twee variabelen met elkaar zijn vergeleken is vastgesteld dat de variabelen normaal verdeeld waren en er sprake was van een lineaire relatie tussen de variabelen. Er werd een significante relatie gevonden tussen de geloofwaardigheid en overtuigingskracht van de zender. Er was sprake van een positieve, middelmatige samenhang tussen de twee variabelen met  $r = .47$ ,  $n = 103$ ,

$p < .01$  (Cohen, in Pallant, 2007). Dit houdt in dat wanneer de spreker door de respondenten geloofwaardig werd bevonden, hij eveneens als overtuigend werd gezien.

#### 4.4 De moderator betrokkenheid

De betrokkenheid, die de deelnemers bij het politieke thema van het onderzoek hadden, wordt gezien als een moderator op de onafhankelijke en afhankelijke variabelen. Tabel 4.4 geeft de gemiddelden en standaarddeviaties voor de modaliteit weer op de betrokkenheid van de ontvanger en de geloofwaardigheid en overtuigingskracht van de zender.

Tabel 4.4: Gemiddelden en standaarddeviatie voor betrokkenheid (op een schaal van 3), geloofwaardigheid en overtuigingskracht (score is minimaal 1, maximaal 7)

Modaliteit	Betrokkenheid	Geloofwaardigheid	Overtuigingskracht
<b>Auditief</b>	2.13 (0.84)	4.45 (0.60)	4.48 (1.08)
<b>Multimodaal</b>	2.18 (0.79)	4.37 (0.59)	4.45 (0.89)

Een eenwegs tussengroep analyse voor covariatie (ANCOVA) is uitgevoerd om het effect van de moderator betrokkenheid te bekijken op de relatie tussen modaliteit en de twee sprekereigenschappen geloofwaardigheid en overtuigingskracht. De eerste ANCOVA werd uitgevoerd aan de hand van de variabelen modaliteit, betrokkenheid en geloofwaardigheid. Er trad geen significant hoofdresultaat op voor de covariant betrokkenheid,  $F(1,100) = 1.40$ ,  $p = .24$ ,  $\eta_p^2 = .01$ . Hierdoor was betrokkenheid niet van invloed op de relatie tussen modaliteit en geloofwaardigheid. Er werd eveneens geen hoofdeffect gevonden voor de modaliteit:  $F(1,100) = 0.44$ ,  $p = .51$ ,  $\eta_p^2 = .00$ . Een invloed van betrokkenheid op de relatie tussen modaliteit en overtuigingskracht van zender bleef ook uit. De ANCOVA wees op een niet-significante relatie, met  $F(1,100) = 2.56$ ,  $p = .11$ ,  $\eta_p^2 = .03$ , waardoor er eveneens geen effect is van betrokkenheid bij de politiek op de relatie tussen modaliteit en overtuigingskracht.

#### 4.5 Post-hoc analyses

Naast het toetsen van het gehele construct geloofwaardigheid aan de hand van verscheidende statistische technieken, zijn de subconstructen van geloofwaardigheid afzonderlijk geanalyseerd (competentie, welwillendheid, betrouwbaarheid en persoonlijkheid). Van tevoren is vastgesteld dat de vier subconstructen normaal verdeeld zijn. Een t-test wijst uit dat het subconstruct competentie een significant verschil aantoont in sekse tussen mannen ( $M = 4.55$ ,  $SD = 1.11$ ) en vrouwen ( $M = 5.05$ ,  $SD = 0.87$ ),  $t(101) = 2.4$ ,  $p < .03$ . Hierbij zien vrouwen de acteur als competentere dan de mannelijke respondenten.

De subconstructen betrouwbaarheid en persoonlijkheid zijn aan de hand van een een-weg

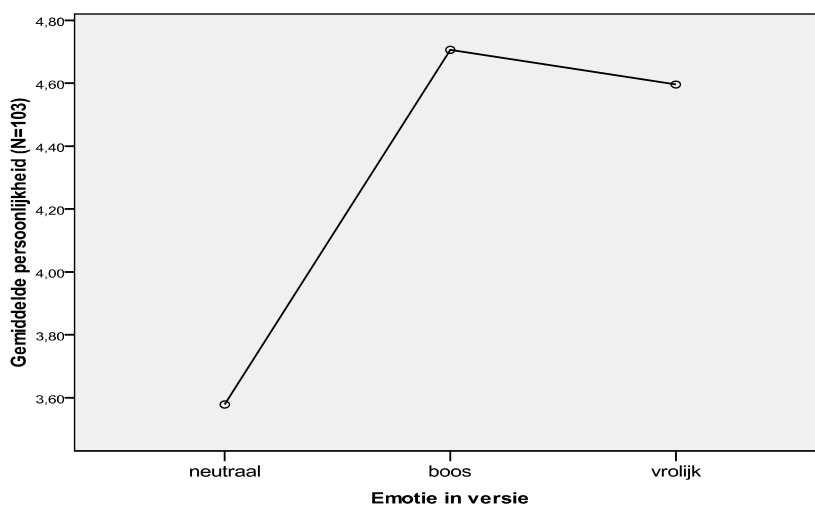
ANOVA vergeleken met de emotie in de versies. Tabel 4.5 geeft de gemiddelden en standaarddeviaties weer voor betrouwbaarheid en persoonlijkheid op de emoties.

Tabel 4.5: Gemiddelden en standaarddeviaties voor subconstructen betrouwbaarheid en persoonlijkheid op emotie (score is minimaal 1, maximaal 7)

	Neutrale emotie	Boze emotie	Vrolijke emotie
<b>Betrouwbaarheid</b>	4.58 (0.63)	4.20 (0.68)	4.50 (0.99)
<b>Persoonlijkheid</b>	3.58 (0.93)	4.71 (0.85)	4,60 (0.64)

Een een-wegs ANOVA wijst uit dat er een effect van het subconstruct betrouwbaarheid is op de verschillende emotieversies:  $F(2,100) = 3.54, p < .05, \eta_p^2 = .06$ . Er bleek een significant verschil tussen de neutrale versie en de boze versie. In de boze versie werd de zender, in tegenstelling tot de neutrale en vrolijke versie, lager beoordeeld op betrouwbaarheid. Een andere eenwegs-ANOVA wees uit dat er een significant verschil is tussen het subconstruct persoonlijkheid op verschillende emoties in de versies:  $F(2,100) = 20.20, p < .01, \eta_p^2 = .13$ . Aan de hand van de indeling van Cohen (1988, in Pallant 2007) kunnen we stellen dat dit een groot effect is. De neutrale emotie bleek significant te verschillen van zowel de boze als vrolijke emotie. De boze en vrolijke conditie verschilden niet van elkaar. Proefpersonen gaven de zender de hoogste mate van persoonlijkheid in de conditie met de boze emotie, terwijl weinig persoonlijkheid werd gezien in de neutrale conditie. De spreker werd hierdoor als warmer, opener, aantrekkelijker en extroverter gezien in de boze-conditie ten opzichte van de andere twee condities. Figuur 4.6 geeft dit significante verschil in persoonlijkheid van de zender weer.

Figuur 4.6: Persoonlijkheid van de zender in relatie met de emotiecondities (score is minimaal 1, maximaal 7)



## **VI Conclusie en discussie**

Verschillende onderzoeken in het verleden hebben al gevonden dat emoties in de communicatie kunnen leiden tot belangrijke implicaties over de zender van de boodschap (Quené & Kager, 1989). Het onderzoek naar de invloed van de visuele prosodie in de vorm van gebaren en gezichtsuitdrukkingen heeft al jarenlang belangrijke resultaten opgeleverd (Ekman & Oster, 1979). De bekende formule van Mehrabian (1971) stelt dat naast gebaren en gezichtsuitdrukking de vocale emotie eveneens veel informatie aan de ontvanger kan geven. Studies naar de invloed van de stem en de specifieke emoties die hierin gelegd worden zijn echter achtergebleven bij de andere vormen van communicatie.

Het doel van dit onderzoek was om diepgaander te kijken naar de invloed van de stem en de specifieke emoties die hierbij gebruikt worden, op de beoordeling van de spreker. Allereerst werd hierbij onderzocht of de keuze voor het gebruik van een bepaald communicatiekanaal, auditief of multimodaal (auditief + visueel), van invloed was op hoe de spreker werd beoordeeld. Er werd hierbij de hypothese gesteld dat in de multimodale conditie meer emoties en attitudes overgebracht zouden worden, waardoor het effect op de geloofwaardigheid en overtuigingskracht in deze conditie groter is (Ekman & Oster, 1979; Mehrabian, 1971). Eventuele sekseverschillen werden hierbij ook in ogenschouw genomen. Eveneens werd gekeken naar de specifieke emoties, die gebruikt worden in de boodschap. Een congruente boodschap, waarbij de emotie in de woorden overeenkomt met de emotie in de andere vormen van communicatie, werd hierbij als overtuigender en geloofwaardiger geschat dan een incongruente boodschap (Kaufmann et al., 2003).

De eigenschappen van de spreker werden nader bekeken door te kijken door welke emoties de spreker als geloofwaardig en overtuigend werd gezien. Er werd daarnaast een blik geworpen op de samenhang, die bestaat tussen de eigenschappen geloofwaardigheid en overtuigingskracht (Burgoon et al., 1990). Het onderzoek werd afgenomen in het kader van een onderzoek naar het politieke debat. Hierdoor moest tijdens het onderzoek rekening gehouden worden met de betrokkenheid van de deelnemers bij de politiek (Cacioppo & Petty, 1979). De betrokkenheid bij het thema werd als moderator gezien in het onderzoek, waarbij verwacht werd dat de beoordeling van de spreker verschilde tussen personen die wel of niet betrokken waren bij de politiek.

### **5.1 Invloed van modaliteit op de geloofwaardigheid en overtuigingskracht**

De eerste hypothese van dit onderzoek stelde, dat emoties meer effect hadden op de geloofwaardigheid en overtuigingskracht wanneer deze werden overgebracht via het multimodale communicatiekanaal dan via het auditieve. Dit zou impliceren, dat de personen in de multimodale conditie een hogere geloofwaardigheid en overtuigingskracht toekenden aan de spreker, dan personen die aan de auditieve conditie deelnamen. De geloofwaardigheid en overtuigingskracht werden in de multimodale conditie



inderdaad hoger beoordeeld, maar dit bleek geen significant resultaat te zijn. Er bleek daarom geen verschil te zijn tussen de modaliteiten auditief en multimodaal als het gaat om de toekenning van geloofwaardigheid en overtuigingskracht aan de spreker. Deze resultaten vertonen gelijkenis met overeenkomstig onderzoek naar de invloed van modaliteit (Barkhuizen, 2008), waarin eveneens geen groot verschil werd gevonden tussen de auditieve en multimodale conditie. De resultaten sluiten verder aan bij de kritische noot, die geplaatst werd bij het onderzoek van Mehrabian (1971). De grote rol die hij in zijn bekende formule aan de gezichtsuitdrukking toebedeelde, blijkt aan de hand van dit onderzoek overschat, omdat de multimodale conditie niet veel verschilt van de auditieve versie.

Een verklaring voor het ontbreken van een significant resultaat tussen de twee modaliteiten zou kunnen liggen in de 'authenticiteit' van de communicatiekanalen. Enkele deelnemers aan het onderzoek gaven na afloop aan, dat het te duidelijk was dat het geluid of beeldfragment niet daadwerkelijk van videokanaal YouTube© afkomstig was. De gebaren van de acteur bleken, zeker in de vrolijke conditie, af en toe gemaakt en geacteerd, waardoor de deelnemers de stem van de acteur mogelijk anders hebben beoordeeld dan in een normale situatie. Het gebruik van niet-natuurlijke emoties in een onderzoek kan vaak leiden tot emoties die teveel voldoen aan het stereotype beeld dat we ervan hebben. Subtiele nuances in de emoties worden hierbij vaak over het hoofd gezien (Scherer, 2003; Sobin & Alpert, 1999). Geacteerde emoties kunnen daarnaast verschillen van natuurlijke emoties in tempo, duur en bewegingen en daarom een minder ecologische validiteit hebben (Barkhuizen, 2008). De spreker in dit onderzoek is bovendien geen professionele acteur, maar speelt op amateuristisch niveau bij een toneelvereniging. Banse & Scherer (in Petri, 2009) geven aan dat het gebruik van een acteur beter is dan een amateur, aangezien een acteur beter kan schakelen tussen de emoties in een onderzoek. Dit geeft aan dat in vervolgonderzoek meer resultaten tussen de auditieve en multimodale versie gevonden kunnen worden, wanneer er gebruik wordt gemaakt van een professionele acteur in het onderzoek, die op een natuurlijke manier de emoties overbrengt. Een voorbeeld van een natuurlijkere manier van onderzoek is het gebruik van beelden of fragmenten uit debatten in de Tweede Kamer, die vervolgens door de respondenten beoordeeld worden.

## **5.2 Invloed van sekse op de geloofwaardigheid en overtuigingskracht**

Er werd wel een tegenstelling gevonden tussen de modaliteiten wanneer afzonderlijk werd gekeken naar de mannen en vrouwen. Twee interactie-effecten werden gevonden tussen modaliteit en sekse voor zowel de variabele geloofwaardigheid als overtuigingskracht. Verschillen in geloofwaardigheid en overtuigingskracht waren tussen de mannen en vrouwen groter wanneer ze alleen de stem hoorden (auditief), dan wanneer ze de persoon zowel hoorden als in het fragment zagen (multimodaal). De vrouwen vonden de spreker in de auditieve versie geloofwaardiger dan de mannen, in de multimodale

conditie lagen de scores dicht bij elkaar. Dit impliceert, dat het moeilijker is om geloofwaardigheid en overtuigingskracht toe te kennen aan iemand waarvan je alleen de stem hoort. Wanneer de ontvangers van de boodschap de zender daadwerkelijk zien, is er meer overeenstemming in hun oordeel. Een mogelijke verklaring zou kunnen zijn dat vrouwen, in tegenstelling tot mannen, expressiever zijn en daarom beter emoties in de stem kunnen interpreteren. Onderzoek heeft echter uitgewezen dat er geen verschil is in de mate waarin emoties herkend worden in gemixte situaties: vrouwen herkennen emoties in de stem van een man even nauwkeurig als mannen emoties in de stem van de vrouw herkennen (Belin, Fillion-Bilodeau & Gosselin, 2008). Hypothese 1 kan beantwoord worden aan de hand van een sekseverschil. Een bleek inderdaad een verschil tussen de twee modaliteiten in de toekenning van geloofwaardigheid en overtuigingskracht. Dit verschil lag tussen de mannen en vrouwen in het onderzoek. Bij de interpretatie van het resultaat moet echter wel rekening gehouden worden met de schaal van de beoordeling. Zelfs in de auditieve conditie, waarbij de mannen en vrouwen het meest verschilden in hun beoordeling, waren de verschillen tussen mannen (4.00) en vrouwen (4.65) op een schaal van 1 tot 7 nog steeds erg klein.

In vervolgonderzoek zou niet alleen gekeken kunnen worden naar de sekse van de ontvangers van de boodschap, maar ook naar de sekse van de spreker. De gebruikte spreker in dit onderzoek is een mannelijke acteur. Er bestaan echter tussen individuen verschillen in de mate waarin ze gebaren en gezichtsuitdrukkingen gebruiken. Onderzoeken naar verschillen in non-verbale communicatie tussen mannen en vrouwen geven aan dat vrouwen meer gebaren en gezichtsuitdrukkingen hanteren dan mannen (Briton & Hall, 1995). In de vrolijke conditie werden bij de mannelijke spreker problemen ondervonden, omdat het moeilijk bleek om de emotie vrolijkheid in gebaren te uiten. Een vrouwelijke acteur, die van zichzelf expressiever is, zou waarschijnlijk meer gebaren en gezichtsuitdrukkingen gebruiken. Hierdoor wordt het onderscheid tussen de auditieve en multimodale conditie groter.

### **5.3 Congruente en incongruente boodschappen**

De tweede veronderstelling in dit onderzoek was dat de congruente emoties als geloofwaardiger en overtuigender zouden worden gezien dan de incongruente emoties. Deze hypothese werd deels bevestigd. Er is geen significant verschil in geloofwaardigheid tussen de drie verschillende emotieversies gevonden. Dit houdt in, dat bij de drie emoties, neutraal, vrolijk en boos, geen verschillen waren in hoe geloofwaardig de ontvangers de spreker vonden. Bij de eigenschap overtuigingskracht is er echter wel een verschil waargenomen tussen de drie emotiecondities. De boze emotie verschilde hierbij significant van de neutrale emotie, waarbij de boze emotie het meest overtuigend werd gevonden. Er was geen verschil tussen de boze en vrolijke conditie. Dit houdt in dat mensen in de boze conditie, waarin de inhoudelijk boze boodschap op een boze manier verteld werd (congruent), de spreker overtuigender vonden, dan in de condities waarin de boze boodschap op een vrolijke of neutrale manier werden beschreven (incongruent).

Congruente boodschappen zijn hierdoor wel overtuigender, maar niet geloofwaardiger. Hypothese 2 kan hierdoor deels worden bevestigd. Wanneer wat je zegt in woorden en wat je doet in gebaren consistent zijn wat betreft emoties, kan het vertrouwen in de geloofwaardigheid en overtuigingskracht van de zender toenemen (Congruentie, 2009). De resultaten komen overeen met eerdere onderzoeken en lijken een natuurlijke verklaring voor het feit dat iemand die consistent is in zijn boodschap, ook overtuigender is (Kaufmann, 2003; Barkhuyzen, 2008).

#### **5.4 De geloofwaardigheid en overtuigingskracht van de zender**

In overeenstemming met de theorieën van Burgoon et al. (1990) en Pornpitakpan (2004), komt uit het onderzoek naar voren dat er een samenhang bestaat tussen de geloofwaardigheid en overtuigingskracht van de zender van een boodschap (hypothese 3). De sterke, positieve correlatie tussen de twee variabelen impliceert dat wanneer men de spreker geloofwaardiger vond, deze overtuigender werd bevonden. Door het gebruik van wetenschappelijk ondersteunende vragen om de geloofwaardigheid en overtuigingskracht te meten, is de constructvaliditeit van deze variabelen voldoende om zinvolle uitspraken te kunnen doen.

Wanneer gekeken wordt naar de subconstructen van geloofwaardigheid, zoals persoonlijkheid en betrouwbaarheid, zijn deze subconstructen significant in relatie tot de emoties in de condities. Allereerst scoort de spreker laag op betrouwbaarheid in de boze conditie, terwijl hij hoog scoort bij de neutrale conditie. Een natuurlijke verklaring ligt in het feit dat de ontvangers zich enigszins geïntimideerd kunnen voelen door de agressieve houding van de zender in de boze conditie. Omdat de spreker zich in de neutrale conditie van enige agressie onthoudt, zal het vertrouwen in hem in deze conditie hoger zijn. Een omgekeerd effect ontstaat voor het subconstruct persoonlijkheid: hierbij scoorde de zender juist hoog in de boze conditie en werden lage scores aan de persoonlijkheid toebedeeld in de lage conditie. Dit impliceert dat de zender als warmer, aantrekkelijker en opener werd gezien wanneer hij boos was, dan wanneer hij een neutrale houding aannam. Waar andere onderzoeken rapporteren dat mannen met een neutrale, monotone stem meer aantrekkingskracht hebben op vrouwen (Hodges-Simeon, Gaulin, & Puts, 2009), blijkt in dit onderzoek dat een emotionele stem leidt tot een hogere score op aantrekkelijkheid en warmte.

Het doen van uitspraken wordt in dit onderzoek enigszins begrensd door het gebruik van maar één spreker. Hierdoor kunnen veel externe factoren, zoals aantrekkelijkheid en waardering van de stem van de spreker, een rol spelen. Het is daarom moeilijk om te bepalen of de bovenstaande resultaten over de betrouwbaarheid en persoonlijkheid van de zender gegeneraliseerd kunnen worden, of alleen gelden voor de specifieke spreker in het onderzoek. Om deze invloeden te beperken is in het onderzoek gevraagd naar de karaktereigenschappen van de spreker. De resultaten, die afkomstig zijn uit dit onderzoek gelden alleen voor een warm, aantrekkelijk, extrovert en open persoon, waardoor het onderzoeksgebied enigszins

wordt beperkt. De optie van het gebruik van meerdere sprekers blijkt niet uitvoerbaar, gezien de omvang van het onderzoek.

## **5.5 De betrokkenheid van de ontvanger bij de boodschap**

Tot slot is bekeken of de moderator betrokkenheid van invloed is op de relatie tussen de modaliteit en de sprekereigenschappen geloofwaardigheid en overtuigingskracht. In beide gevallen is geen significant resultaat gevonden. Hierdoor is er geen verschil tussen de mensen die wel of niet betrokken waren in de mate waarin ze de spreker geloofwaardig of overtuigend vonden in de auditieve of multimodale conditie. Dit zorgt voor een tegenstrijdigheid in resultaten ten opzichte van Cacioppo & Petty (1979). Aan de hand van het *ELM* stellen zij, dat de betrokkenheid van de ontvanger van invloed kan zijn op de manier van informatieverwerking. Bij een diepgaande verwerking zou vooral gelet worden op de inhoud van de argumenten, bij oppervlakkige verwerkingen op heuristieken als aantrekkelijkheid van de zender en diens stem. Dit zou betekenen dat tussen de modaliteiten (auditief, multimodaal) een verschil waargenomen zou moeten worden in geloofwaardigheid en overtuigingskracht aan de hand van de betrokkenheid van de ontvanger. Deelnemers met een mindere betrokkenheid zouden de acteur vooral geloofwaardig en overtuigend vinden in de auditieve conditie, mensen met een hogere betrokkenheid in de multimodale conditie. Van dit verschil is in het onderzoek echter geen sprake, waardoor er geen ondersteuning bestaat voor de vierde hypothese van dit onderzoek. Ondanks het feit dat er een goede verdeling van betrokkenheid bij het onderwerp was, zou het ontbreken van dit significante resultaat eveneens kunnen liggen in het experimentele bewustzijn. De deelnemers zouden zich hierdoor minder betrokken bij het onderwerp kunnen voelen dan in een natuurlijke situatie.

## **5.6 Methodologische beperkingen**

Terugkijkend op het onderzoek zijn een aantal methodologische beperkingen waargenomen, die hieronder genoemd zullen worden. Enige opmerkingen dienen te worden gemaakt over de vragenlijst van het onderzoek. Deze was goed genoeg om de geloofwaardigheid en de overtuigingskracht van de zender te meten. In het geval van het construct betrouwbaarheid was de validiteit echter zeer laag. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat de vragen niet afkomstig waren uit een wetenschappelijk onderbouwd onderzoek. De constructvaliditeit kan daarom niet worden vastgesteld. Dit geldt eveneens voor de eerste dertien stellingen. Deze dertien stellingen zijn echter niet verder in het onderzoek geanalyseerd, waardoor alleen rekening gehouden moet worden met de lage constructvaliditeit van het construct betrouwbaarheid. Twee van de eerste dertien stellingen in de vragenlijst bleken daarnaast niet de verwachte scherp te hebben, waardoor deze door sommige respondenten niet beantwoord konden worden.

Tot slot moet nog rekening worden gehouden met de schaalverdeling van sommige items. De

deelnemers gaven aan dat zij het geven van een cijfer aan de vijf thema's op zevenpunt schalen niet handig vonden en liever een tienpunt schaal hadden gezien. Het geven van een eindcijfer voor de politiek aan de hand van vijf mogelijkheden was volgens de deelnemers eveneens niet de beste optie (1-2, 3-4, 5-6, 7-8, 9-10). Sommige respondenten gaven aan, dat ze in dat geval 5-6 te laag vonden vanwege het cijfer 5, maar 7-8 te hoog vanwege het cijfer 8. Wanneer deze vraag in een nieuw onderzoek gebruikt zou worden, is het verstandig de schaal aan te passen.

## **5.7 De 'stem van de emotie'**

Dit onderzoek heeft geleid tot waardevolle inzichten over emoties in de stem en de gevolgen, die deze emoties kunnen hebben voor de beoordeling van de spreker. De resultaten kunnen dienen als input voor verdere vervolgstudies waar het onderzoek naar emotie in de stem nog tekort heeft geschoten. Studies naar emotie in de stem bleven achter bij onderzoek naar andere vormen van non-verbale communicatie, omdat de invloed van de stem als onhelder werd gezien.

Wanneer gekeken wordt naar de in het eerste hoofdstuk aangehaalde probleemstelling, kan deze deels beantwoord worden. Gezien de resultaten, waarin geen afwijking is waargenomen tussen de geloofwaardigheid en overtuigingskracht in de auditieve en multimodale conditie, blijkt er geen verschil tussen emoties die enkel via de stem werden overgebracht en de emoties die zowel via de stem als gebaren werden overgedragen. Hieruit kan voorzichtig geconcludeerd worden dat de emoties in de stem een belangrijkere rol kunnen spelen dan eerder werd gedacht (Mehrabian, 1971). Emoties in de stem kunnen daarnaast van belang zijn wanneer ze een ondersteuning bieden aan de woorden in een boodschap die dezelfde emotie bevatten. Hierdoor wordt een zender van een boodschap als overtuigender gezien.

Nu uit het huidige onderzoek blijkt dat de emotie in de stem inderdaad een effect kan hebben op de beoordeling van de eigenschappen van de zender, kan in vervolgonderzoek gekeken worden wat de grootte van dit effect is. Dit kan echter alleen gerealiseerd worden, wanneer het onderzoek een grotere opzet krijgt. Niet alleen zal er sprake moeten zijn van meerdere (mannelijke en vrouwelijke) sprekers, ook zullen meer emoties en thema's aan bod moeten komen.

## VI Literatuur

- Banse, R., & Scherer, K. R. (1996). Acoustic profiles in vocal emotion expression. *Journal of Personality & Social Psychology*, 70, 614-636.
- 'Barrie en Balkie, wat een verschil!' (n.d.). Geraadpleegd op 14 juli 2010 van <http://skrivadur.wordpress.com/tag/lage-landen/>
- Barkhuyzen, P. (2008). *Audiovisual prosody in interaction*. (Master's thesis, Universiteit van Tilburg, Nederland). Geraadpleegd op 1 juli 2010 van: <http://arno.uvt.nl/show.cgi?fid=81075>
- Bartels, G., Nelissen, W., & Ruelle, H. (1998). *De transactionele overheid: communicatie als instrument: zes thema's in de overheidsvoorlichting*. Utrecht: Kluwer.
- Belin, P., Fillion-Bilodeau, S., & Gosselin, F. (2008). The montreal affective voices: A validated set of nonverbal affect bursts for research on auditory affective processing.
- Briton, N.J., & Hall, J.A. (1995). Beliefs about female and male nonverbal communication. *Sex roles*, 32, 79-90
- Burgoon, J.K., Birk, T., & Pfau, M. (1990). Nonverbal behaviors, persuasion and credibility. *Human Communication Research*, 17(1), 140-169.
- Cacioppo, J.T., & Petty, R.E. (1979). Attitudes and cognitive response: An electrophysiological approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(12), 2181-2199.
- Cohen, J.W. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Hillsdale, New York: Lawrence Erlbaum Associates.
- 'Congruentie' (2009). Geraadpleegd op 3 juli 2010 van: <http://psy.cc/congruentie>
- Dainton, M., & Zelay, E.D. (2005). *Applying communication theory for professional life: A practical introduction*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Darwin, C. (2002). *Afstamming van de mens en selectie in de relatie tot sekse*. Amsterdam: Uitgeverij Nieuwezijds
- de Vries, F. (2010). *NOS Debat: analyse van de non-verbale communicatie*. Debatix. Geraadpleegd op 7 juli 2010 van: <http://www.debatblog.nl/2010/06/09/nos-debat-analyse-van-de-non-verbale-communicatie/>
- Dennis, A.R., Kinney, S.T., & Caisy Hung, Y. (1999). Gender differences in the effects of media richness. *Small Group Research*, 30(4), 405-437.
- Ekman, P., & Oster, H. (1979). Facial expressions of emotion. *Annual Reviews Psychology*, 30, 527-554.
- Gelinas-Chebat, C., & Chebat, J.C. (2001). Effects of two voice characteristics on the attitudes

- toward advertising messages. *Journal of Social Psychology*, 132 (4), 447-459.
- Hegstrom, T. (1979). Message impact: What percentage is nonverbal? *The Western Journal of Speech Communication*, 43, 134-142.
- Hodges-Simeon, C.R., Gaulin, S.J.C., & Puts, D.A. (2009). Voice correlates of mating success in men: Examining 'contest' versus 'mate choice' modes of sexual selection. *Arch Sex Behavior*. doi:10.1007/s10508-010-9625-0
- Johnson, W.F., Emde, R. N., Scherer, K.R., & Klinnert, M. D. (1986). Recognition of emotion from vocal cues. *Archives of General Psychiatry*, 43(3), 280-283.
- Juslin, P. N., & Laukka, P. (2003). Communication of emotions in vocal expression and music performance: Different channels, same code? *Psychological Bulletin*, 129(5), 770-814.
- Kaufmann, G., Drevland, G.C.B., Wessel, E., Overskeid, G., & Magnussen, S. (2003). The importance of being earnest: Displayed emotions and witness credibility. *Applied Cognitive Psychology*, 17(1), 21-34.
- Knutson, B. (1996). Facial expressions of emotion influence interpersonal trait inferences. *Journal of nonverbal Behavior*, 20(3), 165-182.
- Lapakko, D. (1997). Three cheers for language: A closer examination of a widely cited study of nonverbal communication. *Communication Education*, 46(1), 63-67.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 1-55.
- Logtenberg, H. (2008). 'Wat kun je leren van het talent van Obama'? Geraadpleegd op 25 juni 2010 van: <http://www.intermediair.nl/artikel/jezelf-profileren/68709/wat-kan-je-leren-van-het-talent-van-obama.html>
- McCroskey, J.C. & Teven, J.J. (1999). Goodwill: A reexamination of the construct and its measurement. *Communication Monographs*, 66.
- Mehrabian, A. (1971). *Silent Messages*. California: Wadsworth Publishing Company Inc.
- Nass, C., Foehr, U.G., Brave, S., & Somoza, M. (2001). The effects of emotion of voice in synthesized and recorded speech. Proceedings of the AAAI Symposium Emotional and Intelligent II: The Tangled Knot of Social Cognition, North Falmouth, MA.
- Nisbett, R.E., & DeCamp Wilson, T. (1977). The Halo effect: Evidence for unconscious alteration of judgments. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35 (4), 250-256.
- Quené, H., & Kager, R. (1989). Van tekst naar prosodie. *Informatie*, 31, 7/8, 559-636.
- Oomkens, F.R. (2000). *Communicatieleer: een inleiding*. Boom: Amsterdam
- Pallant, J. (2007). *SPSS Survival Manual: A step-by-step guide to data analysis using SPSS*. Australia: Allen en Unwin.
- Petri, S. (2009). Een ander geluid? Het effect van geslacht en emotioneel stemgebruik van de zender op

- de waargenomen geloofwaardigheid in een crisissituatie. (Master thesis, Universiteit van Tilburg, Nederland).
- Porpitakpan, C. (2004). The persuasiveness of source credibility: A critical review of five decades' evidence. *Journal of Applied Social Psychology, 34*(2), 243-281.
- Scherer, K.R. (2003). Vocal communication of emotion: A review of research paradigms. *Speech Communication, 40*(1-2), 227-256.
- Scherer, K.R. (1995). Expression of emotion in voice and music. *Journal of Voice, 9*(3), 235-248.
- Smith, S.M., & Schaffer, D.R. (1991). Celerity and cajolery: Rapid speech may promote or inhibit persuasion through its impact on message elaboration. *Personality and Social Psychology Bulletin, 17* (6), 663-669.
- Smulders, K. (2003). Um, hoe heet die ook alweer?: op zoek naar de feeling of knowing bij kinderen. *Universiteit van Tilburg*.
- Sobin, C., & Alpert, M. (1999). Emotion in speech: The acoustic attributes of fear, anger, sadness, and joy. *Journal of Psycholinguistic Research, 28* (4), 347-365.
- Rosental, R., & DePaulo, B.M. (1979). Sex differences in eavesdropping on nonverbal cues. *Journal of Personality and Social Psychology, 37* (2), 273-285.
- 't Hart, H, Boeije, H., & Hox, J. (2005). *Onderzoeksmethoden*. Amsterdam: Boom Onderwijs
- van den Broecke, M.P.R. (1994). *Ter sprake. Spraak als betekenisvol geluid in 36 thematische hoofdstukken*. Dordrecht: ICG Publications.
- van Grieken, R., Piras, D., & Nienhuis, M. (z.j.). *Leren debatteren: een must voor iedere communicatie professional*. Nederlands Debat Instituut.
- van Marwijk, F. (n.d.). 'Stem en stemming'. *Bodycom Lichaamscommunicatie*. Geraadpleegd op 20 juni 2010 van: <http://www.lichaamstaal.com/toon.html>
- Winkel, F.W., & Koppelaar, L. (1991). Rape victim's style of self-presentation and secondary victimization by the environment. *Journal of interpersonal violence, 6*(1), 29-40.  
doi: 10.1177/088626091006001003



## **VII Bijlagen**

**Bijlage 1 Stimulustekst**

**Bijlage 2 Instructie en vragenlijst**

## 7.1 Bijlage 1: Stimulustekst

In mijn jeugd heb ik de politieke eigenlijk nog wel met een hoop interesse gevolgd. Maar de laatste tijd vind ik me steeds meer op over de gang van zaken in het kabinet. Mijn vroegere, nauwe betrokkenheid bij de politiek begint meer en meer negatieve vormen aan te nemen. Zeker nu, in de tijd van die crisis en die bezuinigingen worden toch bizarre besluiten genomen. Neem bijvoorbeeld de studiefinanciering! Afschaffing van de basisbeurs en alle studenten opzadelen met een eindeloze lening. Is dat nu de toekomst?

En wat te denken van de bewoordingen die tegenwoordig in de mond worden genomen? Wilders' grove relaas tegen de allochtonen en islam wordt door de Kamervoorzitter geaccepteerd. Woorden als 'lafbek' en 'knettergek' vliegen zonder pardon over de tafel! Zou de Kamer wat dit betreft niet een voorbeeldfunctie moeten zijn voor de rest van Nederland? Ze moeten in Den Haag eens een keer actie ondernemen. Wat mij betreft mogen ze deze politici hard aanpakken!

De chaos in de Tweede Kamer lijkt me echt compleet nu lijsttrekkers vlak voor verkiezingstijd van functie wisselen. Kijk eens naar die Wouter Bos. 'Meneer wil wat meer tijd voor de kinderen! Geen probleem, de opvolger staat immers al klaar!' Dat wij ons daardoor als kiezers bedrogen voelen, nee, daar lijken ze dan weer niet bij stil te staan. Beloftes worden wel gemaakt, maar nagekomen, ho maar.

Kortom, wat mij betreft heeft de politiek de laatste maanden haar geloofwaardigheid dubbel en dwars verloren. Merkwaardige besluiten, ruw taalgebruik en onervaren politici maken voor mij totaal niet duidelijk welke partij goede bedoelingen heeft. Op wie ik op 9 juni bij de landelijke verkiezingen moet stemmen? Ik heb echt geen idee! Mijn vertrouwen in een daadkrachtig kabinet is daarvoor zeker nog te klein.....

## 7.2 Bijlage 2: Instructie en vragenlijst



### Instructie

Bedankt voor uw medewerking aan dit onderzoek. In het kader van mijn studie Communicatie & Informatiewetenschappen voer ik een onderzoek uit naar het belang die emoties kunnen spelen in de dagelijkse communicatie tussen de zender en de ontvanger.

Allereerst zult u een aantal stellingen over het huidige politieke debat voorgelegd krijgen. Na het invullen van deze vragenlijst krijgt u drie keer een fragment te horen. Het is de bedoeling dat u het fragment elke keer aandachtig bestudeerd. Na elk keer naar het fragment geluisterd te hebben, zult u enkele vragen voorgelegd krijgen. Ik wil u vragen het fragment eerst altijd helemaal uit te kijken, voordat u de vragen gaat beantwoorden. Neem voor het beantwoorden van deze vragen rustig de tijd. Er is geen sprake van juiste of onjuiste antwoorden; het gaat altijd om uw eigen mening.

Het onderzoek eindigt met het invullen van een aantal stellingen en uw personalia. Mocht u een antwoord willen wijzigen, zet u dan een kruis door het foutieve antwoord en omcirkel uw bedoelde antwoord. Uw antwoorden zullen uitsluitend voor dit onderzoek en anoniem worden behandeld. Het onderzoek zal ongeveer 10 tot 15 minuten duren. Mocht u tijdens of na afloop van het onderzoek nog vragen over de procedure hebben, dan kunt u deze altijd stellen.

Bij de beantwoording van de onderstaande vragen wordt gebruik gemaakt van een 7-puntsschaal:

**Helemaal mee oneens** 1      2      3      4      5      6      7      **Helemaal mee eens**

Het cijfer 1 houdt in dit geval in dat u het volledig oneens bent met hetgeen wat in de stelling wordt beweerd. Het cijfer 7 daarentegen geeft aan dat u het volledig eens bent met de stelling. De cijfers 2 t/m 6 representeren een mening hiertussen in. Mocht u geen antwoord op de vraag weten, kiest u dan voor het neutrale cijfer 4.

## **Deel: I            Stellingen (voor het geluidsfragment)**

Onderstaande stellingen hebben betrekking op het Nederlandse politieke klimaat. Omcirkel het cijfer dat het beste uw houding ten aanzien van de stelling weergeeft.

- Bekijk nu de tweede slide van de PowerPoint Presentatie. Vul daarna onderstaande stellingen in.

**Lijsttrekkers als Geert Wilders (PVV) en Rita Verdonk zorgen met hun harde uitlatingen naar mijn mening voor minder kwaliteit in de politiek**

Helemaal mee oneens    1        2        3        4        5        6        7        Helemaal mee eens

**De laatste tijd ben ik geïnteresseerd in de Haagse politiek**

Helemaal mee oneens    1        2        3        4        5        6        7        Helemaal mee eens

**Vanuit mijn perspectief is de wisseling van lijsttrekkers bij de SP (Socialistische Partij) en PvdA (Partij van de Arbeid) goed voor vernieuwing in de politiek**

Helemaal mee oneens    1        2        3        4        5        6        7        Helemaal mee eens

**Door de onrust van de afgelopen maanden in de politieke partijen heb ik meer afstand van de politiek genomen**

Helemaal mee oneens    1        2        3        4        5        6        7        Helemaal mee eens

**Voor mij is het duidelijk waarop ik komende verkiezingen ga stemmen**

Helemaal mee oneens    1        2        3        4        5        6        7        Helemaal mee eens

**Een persoon als Geert Wilders (PVV) zorgt in mijn beleving voor duidelijkheid en actie in de politiek**

Helemaal mee oneens    1        2        3        4        5        6        7        Helemaal mee eens

**Ik vind dat de Kamerdebatten de laatste jaren in kwaliteit zijn afgenomen door ruwe taal en weinig inhoud**

Helemaal mee oneens    1        2        3        4        5        6        7        Helemaal mee eens

**Het wisselen van lijsttrekkers, drie maanden voor de nieuwe verkiezingen, is wat mij betreft vragen om chaos in de politiek**

Helemaal mee oneens 1 2 3 4 5 6 7 Helemaal mee eens

**Een vernieuwend iemand als Geert Wilders (PVV) vind ik een goede zaak voor de politiek**

Helemaal mee oneens 1 2 3 4 5 6 7 Helemaal mee eens

**De debatten in de Tweede Kamer zijn in mijn optiek nu duidelijker voor het gewone publiek dan vroeger**

Helemaal mee oneens 1 2 3 4 5 6 7 Helemaal mee eens

**Door onduidelijkheid over de inhoud van de politieke programma's weet ik niet goed waarop ik moet stemmen**

Helemaal mee oneens 1 2 3 4 5 6 7 Helemaal mee eens

**De politiek in Den Haag blijft voor mij een achterkamerpolitiek, waardoor veel informatie voor de gewone kiezer achterwege blijft**

Helemaal mee oneens 1 2 3 4 5 6 7 Helemaal mee eens

**Politici passen wat mij betreft hun taalgebruik goed aan de kiezer aan**

Helemaal mee oneens 1 2 3 4 5 6 7 Helemaal mee eens

**Voordat ik op 9 juni op een politieke partij ga stemmen, moet ik me eerst nog goed verdiepen in de speerpunten van verschillende partijen**

Helemaal mee oneens 1 2 3 4 5 6 7 Helemaal mee eens

➤ Ga nu verder naar de derde slide van de PowerPoint Presentatie.

## Deel: II      Geluidsfragmenten

Hierna zult u een fragment horen dat op het videokanaal Youtube© geplaatst is. Een man vertelt hierin zijn persoonlijke mening over het politieke klimaat in Nederland. In totaal zult u het fragment drie keer beluisteren. Na het beluisteren kunt u telkens aangeven wat uw impressie was van het fragment door een getal aan te kruisen tussen de twee bijvoeglijke naamwoorden. Hoe dichter u kiest voor een nummer bij een alternatief, hoe zekerder u bent van uw evaluatie.

- Beluister nu **voor de eerste keer** het fragment op de vierde pagina van de PowerPoint Presentatie. De filmpjes worden gestart door met de muis op het fragment te klikken. Daarna kunt u de volgende vragen invullen.

### Ik vond de spreker:

Intelligent	1	2	3	4	5	6	7	Onintelligent
Ondeskundig	1	2	3	4	5	6	7	Deskundig
Geïnformeerd	1	2	3	4	5	6	7	Ongeïnformeerd
Egoïstisch	1	2	3	4	5	6	7	Niet zelfzuchtig
Onsympathiek	1	2	3	4	5	6	7	Sympathiek
Niet sensitief	1	2	3	4	5	6	7	Sensitief
Begripvol	1	2	3	4	5	6	7	Onbegripvol
Eerlijk	1	2	3	4	5	6	7	Oneerlijk
Respectloos	1	2	3	4	5	6	7	Respectvol
Warm	1	2	3	4	5	6	7	Koud
Introvert	1	2	3	4	5	6	7	Extrovert
Aantrekkelijk	1	2	3	4	5	6	7	Onaantrekkelijk
Open	1	2	3	4	5	6	7	Gesloten

- Ga nu verder naar de vijfde pagina van de PowerPoint Presentatie. Beluister voor de **tweede keer** het fragment in de PowerPoint op slide 6. Let hierbij vooral op **hoe** de spreker praat, in plaats van **wat** er wordt gezegd. Omcirkel bij onderstaande vragen het antwoord dat het beste uw impressie van de spreker weergeeft.

**De spreker gebruikt sterke argumenten om zijn mening te onderbouwen**

Helemaal mee oneens 1 2 3 4 5 6 7 Helemaal mee eens

**De spreker komt op mij zelfverzekerd over**

Helemaal mee oneens 1 2 3 4 5 6 7 Helemaal mee eens

**De mening van de spreker maakt indruk op mij**

Helemaal mee oneens 1 2 3 4 5 6 7 Helemaal mee eens

**De spreker lijkt mij een makkelijk beïnvloedbaar persoon**

Helemaal mee oneens 1 2 3 4 5 6 7 Helemaal mee eens

**De spreker van de boodschap komt op mij over als een individualistisch persoon.**

Helemaal mee oneens 1 2 3 4 5 6 7 Helemaal mee eens

**De spreker staat naar mijn mening onafhankelijk in het leven**

Helemaal mee oneens 1 2 3 4 5 6 7 Helemaal mee eens

### Deel 3: III Persoonlijke Stellingen

- Open nu de zevende slide van de PowerPoint Presentatie en start voor **de laatste keer** naar het fragment dat je vindt op pagina 8 van de slides. Let bij het beluisteren van het fragment op de **inhoud van de tekst** van de zender.

Tot slot zou ik graag uw mening willen weten over een aantal thema's in het politieke debat. Deze kunt u invullen nadat u het fragment helemaal heeft afgekeken. De stellingen kunt u een cijfer van 1 t/m 7 geven, waarbij **1 het laagste cijfer weergeeft en 7 het hoogste cijfer**.

- **Let op!** Onderstaande stellingen gaan over uw eigen houding tegenover het politieke debat, niet over de houding van de persoon in het fragment.

Mijn betrokkenheid bij het politieke debat wordt het beste weergegeven door het volgende cijfer:						
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
Het taalgebruik dat wordt gebruikt door politici in de politiek geef ik het volgende cijfer:						
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
Mijn zekerheid over mijn stemgedrag bij de volgende verkiezingen wordt het beste weergegeven door het volgende cijfer:						
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
Mijn tevredenheid over vernieuwing in de politiek wordt het beste weergegeven door het volgende cijfer:						
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
Ik geef het politieke debat (in het algemeen) van de afgelopen maanden het volgende cijfer:						
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>

- Vul nu op de laatste pagina uw persoonsgegevens in.

Z.O.Z



#### IV Personalia

Geslacht: Man/ Vrouw

Leeftijd: .....jaar

Hoogst genoten opleiding (wanneer u nog bezig bent met een opleiding, kruis dan de huidige aan):

- Basisonderwijs
- Voortgezet onderwijs
- MBO
- HBO
- Universiteit
- Anders, nl.....

Bent u betrokken bij de politiek?

- Ja
- Nee
- Een beetje

Welk cijfer zou u de politiek in zijn algemeen nu geven?

- 1 -2
- 3-4
- 5-6
- 7-8
- 9-10

Zou u hieronder willen aangeven waarover u denkt dat het onderzoek ging?

.....

.....

.....

.....

.....

**Eventuele vragen of opmerkingen over het onderzoek kunt u hieronder plaatsen:**

**Dit is het einde van het onderzoek. Bedankt voor uw deelname**