

Sociaalpsychologische methodes als nieuwe meettechnieken in taalattitudeonderzoek?

Het voorbeeld van de *Implicit Association Test*

Laura ROSSEEL, Dirk GEERAERTS & Dirk SPEELMAN

Abstract

Since the 1960s, language attitude research has known little methodological innovation. In social psychology, by contrast, a number of new implicit attitude measures have recently been developed. We suggest to take inspiration from social psychology to bring new methods to linguistic attitude research. In this paper, we give a succinct introduction to quantitative implicit attitude research in linguistics and social psychology. As an illustration of the new methods developed in the latter, we discuss the Implicit Association Test (Greenwald et al. 1998) and its potential for linguistic attitude research.



Sinds de jaren 60 van de vorige eeuw, toen Lambert en collega's (1960) de bekende *matched-guise*techniek introduceerden, is er in het taalattitudeonderzoek weinig methodologische vernieuwing geweest. Deze techniek, een van de frequentst gebruikte methodes om impliciete attitudes te meten binnen de taalkunde, is door de jaren heen wel verfijnd en kent bovendien een recente heropleving met verschillende aanzetten tot vernieuwing van de methode (o.a. Grondelaers et al. aangeboden ter publicatie). In de sociale psychologie daarentegen zien we in de jongste twee decennia een explosie aan nieuwe technieken voor attitudeonderzoek. Hebben die nieuwe technieken de taalkundige studie van attitudes iets te bieden? Deze bijdrage geeft een uiterst beknopte introductie in attitudeonderzoek in de taalkunde en sociale psychologie, en bespreekt vervolgens een van de nieuwe sociaalpsychologische methodes om attitudes te meten.

Voor we attitudemeting in taalkunde en sociale psychologie bespreken, is het nodig kort stil te staan bij het deelgebied van attitudestudies waartoe wij ons in dit artikel beperken. Ten eerste gaat het hier om kwantitatief onderzoek naar attitudes. Daarbij gaan we voorbij aan een deel van het studiegebied dat werkt met een uiteenlopende reeks aan kwalitatieve methodes (bijvoorbeeld etnografische observatie of allerhande interview- en bevragingstechnieken om data te verzamelen die via discours-analytische methodes verwerkt worden, o.a. Potter & Wetherell 1987, Hyrkstedt & Kalaja 1998, Loester 2009, Lybaert 2014). Een tweede belangrijk onderscheid in attitudeonderzoek is dat tussen

indirecte of impliciete¹, en directe of expliciete methodes en attitudes. Indirecte *methodes* peilen op een onrechtstreekse manier naar de attitudes van participanten ten opzichte van bijvoorbeeld taal (Grondelaers 2013, 588; Petty et al. 2009; 4). Participanten zijn zich doorgaans niet bewust van wat er onderzocht wordt wanneer een indirecte methode gehanteerd wordt (Garrett 2010, 228; Grondelaers 2013, 588; Petty et al. 2009, 4). Directe methodes daarentegen berusten op zelf-rapportering van respondenten (Petty et al. 2009; 4). Impliciete *attitudes* zijn de psychologische concepten die met deze indirecte methodes gemeten worden. In sectie 2 gaan we verder in op de manier waarop deze psychologische concepten gedefinieerd worden in de sociale psychologie. Dit artikel beperkt zich tot indirecte methodes voor het meten van attitudes.

In wat volgt, wordt eerst kort stilgestaan bij het traditioneel kwantitatief impliciet taalattitudeonderzoek. Vervolgens geven we een beknopte introductie in attitudeonderzoek uit de sociale psychologie en de mogelijkheden die de recent ontwikkelde methodes voor attitudemeting in deze discipline taalkundig onderzoek kunnen bieden. Ter illustratie zoomen we in op een methode die potentieel lijkt te hebben voor taalattitudeonderzoek: de *Implicit Association Test* (IAT). Met deze introductie willen we taalattitudeonderzoekers aanmoedigen deze nieuwe methodes uit de sociale psychologie verder te verkennen en een waaier aan verschillende methodes te betrekken in hun onderzoek, om een zo nauwkeurig en genuanceerd mogelijk beeld van de bestudeerde attitudes te krijgen.

1. KWANTITATIEVE IMPLICIETE ATTITUDEMETING IN DE TAALKUNDE: DE MATCHED-GUISETECHNIEK

Verschillende methodes worden gebruikt in taalkundig onderzoek om attitudes te meten, maar de methode die veruit het meest ingezet wordt, is de *matched-guise*techniek (MGT) (Lambert et al. 1960) uit het *speaker evaluation paradigm* (Garrett 2010, 59). De MGT is een indirecte methode, omdat participanten gevraagd wordt een spreker te beoordelen eerder dan zijn taal. Zij krijgen een aantal fragmenten te horen in verschillende talen of taalvariëteiten, maar wel steeds door dezelfde spreker ingesproken. Daarbij is het de bedoeling dat de participanten de indruk hebben naar verschillende personen te luisteren (maar zie Soukup 2013 voor een andere visie op dit aspect van de MGT).

¹ Hoewel het courant is in de literatuur om de termen 'indirect' en 'impliciet' door elkaar te gebruiken, zowel in de taalkunde als in de sociale psychologie, pleiten sommige auteurs (o.a. Gawronski & De Houwer 2014) ervoor om 'indirect' te gebruiken wanneer naar een methode verwezen wordt en 'impliciet' voor te behouden voor wat er gemeten wordt met die methodes. In dit artikel wordt dat onderscheid zoveel mogelijk aangehouden. Wanneer echter het gebruik van de andere term couranter is in de literatuur, behouden we die naamgeving om verwarring te vermijden.

De spreker wordt dan in elk van zijn *guises* beoordeeld op een aantal Likert-schalen (fig. 1) of semantische differentiaalschalen (fig. 2).



Figuur 1: Likertschaal



Figuur 2: Semantische differentiaalschaal

Via factoranalyse worden vervolgens een aantal beoordelingsschalen in dimensies gegroepeerd. Dimensies die reeds in talrijke studies terugkeerden, zijn prestige, sociale aantrekkelijkheid/persoonlijke integriteit en dynamisme (Garrett 2005). Prestige heeft betrekking op intelligentie, rijkdom, macht, opleidingsniveau, etc. Sociale aantrekkelijkheid en persoonlijke integriteit omvatten bijvoorbeeld betrouwbaarheid, vriendelijkheid en eerlijkheid. Dynamisme ten slotte, een dimensie die recent meer aandacht krijgt in (de)standaardiseringsonderzoek (zie o.a. Kristiansen & Grondelaers 2013), verwijst naar eigenschappen zoals vlotheid, assertiviteit, trendy en cool zijn (Grondelaers & Spielman 2013). Taalattitudes hoeven zich zeker niet te beperken tot deze dimensies (zie o.a. Grondelaers et al. 2010). Bovendien zijn bovengenoemde dimensies niet noodzakelijk even relevant in elke taalgemeenschap.

Ondanks de alomtegenwoordigheid van de MGT in taalattitudestudies, is de methode bekritiseerd om een aantal moeilijkheden die ze met zich meebrengt (zie Garrett 2005 voor een uitgebreidere bespreking). Een voorbeeld is de moeilijkheid om een spreker te vinden die meer dan één taal of variëteit op een authentieke manier kan brengen. Als oplossing doen sommige studies een beroep op meerdere sprekers. In dat geval spreken we van een verbal-guisestudie. Het introduceren van meerdere sprekers houdt natuurlijk in dat er ingeboet wordt op de controle van variabelen als stemkenmerken (toonhoogte, nasaliteit, etc.) en spreeknelheid. Een andere moeilijkheid heeft te maken het herhalen van dezelfde of een gelijkaardige tekst in de verschillende *guises*. Dit geeft de onderzoekssetting een sterk artificieel karakter en kan bovendien net

de aandacht vestigen op de taal in de fragmenten, waardoor het indirecte karakter van de techniek verloren gaat (Garrett 2005, 1253; Garrett 2010, 57). Verder is het gebruik van semantische differentiaalschalen soms problematisch. Enkel adjectieven die gegraduateerd kunnen worden en die een antoniem hebben, zijn bruikbaar (bijvoorbeeld vriendelijk – tamelijk vriendelijk – onvriendelijk). Bovendien is het belangrijk adjectieven te kiezen aangepast aan de bestudeerde taalgemeenschap, wat een grondig vooronderzoek vraagt. Recent onderzoek werkt daarom aan alternatieven voor het gebruik van adjectieven in beoordelingsschalen in speaker-evaluationstudies door te experimenteren met het gebruik van afbeeldingen (Grondelaers et al. aangeboden ter publicatie). Participanten beoordelen fragmenten door ze te verbinden met afbeeldingen die taalattitude-dimensies voorstellen (bv. voor de dimensie dynamisme: een meubelstuk in hip design vs. een traditioneler model van hetzelfde meubel).

2. ATTITUDEMETING IN DE SOCIALE PSYCHOLOGIE: IMPLICIETE MEETTECHNIEKEN VOOR AUTOMATISCHE ASSOCIATIE

In de afgelopen jaren zijn er in de sociale psychologie een reeks nieuwe technieken voor attitudemeting ontwikkeld. Deze technieken worden doorgaans impliciete meettechnieken voor automatische associatie² genoemd. Om duidelijk te maken wat hiermee bedoeld wordt, gaan we kort in op de manier waarop attitudes gedefinieerd worden in de sociale psychologie.

Attitudes worden in de sociale psychologie vaak gedefinieerd als associaties tussen een object en een evaluatie (Fazio 2007; Albarracín et al. 2009, 19; Petty et al. 2007). Afhankelijk van het theoretisch framework dat men aanhangt, wordt de nadruk gelegd op de geheugencomponent van attitudes, dan wel op de beoordelingscomponent. De geheugencomponent verwijst naar hoe attitudes gerepresenteerd zijn in het geheugen (Albarracín et al. 2008, 19). De beoordelingscomponent slaat op evaluatie van een object op basis van informatie die op een bepaald moment in een bepaalde context aanwezig is (Albarracín et al. 2008, 19, 29). Sommige theorieën proberen beide componenten te verzoenen.

Een attitude wordt impliciet genoemd als de associatie tussen attitude-object en evaluatie automatisch is (Gawronski & De Houwer 2014). Automatische associaties worden traditioneel omschreven als onbewust, niet-intentioneel, oncontroleerbaar en efficiënt (Bargh 1994, maar zie bijvoorbeeld ook Moors et al. 2010 voor een recente herdefiniëring van wat een attitude impliciet maakt). Wanneer deze kenmerken niet aanwezig zijn, gaat het om expli-

² *Implicit measures of automatic evaluation* is de term gebruikt in de Engelstalige vakliteratuur.

ciete attitudes. Er bestaat nog steeds veel debat binnen de sociale psychologie over de relatie tussen impliciete en expliciete attitudes. Hoewel er verschillende modellen voor de relatie tussen beide soorten in omloop zijn, kennen vooral de dual-processmodellen veel aanhang. Deze laatste modellen gaan uit van aparte mentale processen voor impliciete en expliciete attitudes (Fazio 2007; Gawronski & Bodenhausen 2006; Petty et al. 2007; Gawronski & De Houwer 2014).

In de sociale psychologie zijn recent een hele reeks methodes ontwikkeld om die automatische associaties te meten. Voorbeelden van veelgebruikte impliciete meettechnieken voor automatische associatie zijn *affective priming* (Fazio et al. 1986), *semantic priming* (Banaji & Hardin 1996; Wittenbrink et al. 1997), de (*Identification*) *Extrinsic Affective Simon Task* (= (ID-)EAST, De Houwer & De Bruycker 2007), *Go/No-go Association Task* (= GNAT, Nosek & Banaji 2001), de *Affect Misattribution Procedure* (= AMP, Payne et al. 2005) en de *Implicit Association Test* (= IAT, Greenwald et al. 1998). In deze bijdrage beperken we ons tot deze laatste techniek, die bijzonder succesvol is gebleken in de sociale psychologie.

Na een uitgebreide vergelijkende studie van de mogelijkheden en beperkingen van een hele reeks sociaalpsychologische impliciete attitudemeettechnieken, hebben wij de IAT geselecteerd als meest geschikte methode voor ons eigen taalattitudeonderzoek. Het is daarom ook enkel deze methode die hier besproken wordt. We geven in onze bespreking van de IAT evenwel zoveel mogelijk aan in welke opzichten de IAT voordelen biedt in vergelijking met andere impliciete attitudemeettechnieken, uiteraard zonder na te laten op de nadelen van de IAT te wijzen. De omvang van dit artikel laat niet toe meer in detail te treden, maar voor meer informatie over andere impliciete attitudemeettechnieken verwijzen we de lezer naar Gawronski & De Houwer 2014.

3. DE *IMPLICIT ASSOCIATION TEST*: EEN VEELBELOVENDE METHODE VOOR TAALATTITUDEONDERZOEK?

De IAT is een van de meest gebruikte methodes om impliciete attitudes te meten in de sociale psychologie. De test werd reeds aangewend om zeer uiteenlopende onderwerpen te bestuderen, zoals vooroordelen rond etniciteit (bv. Greenwald et al. 1998), alcoholverslaving (bv. Houben et al. 2010) of genderstereotypes (bv. Cvencek et al. 2011).

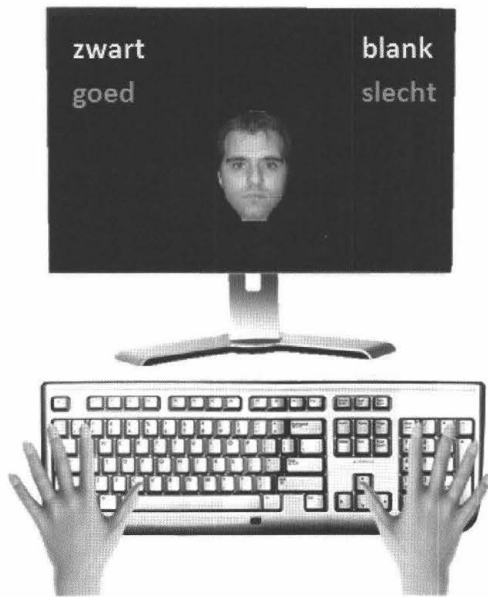
Wat een IAT doet, is de associatie meten tussen twee concepten. Die concepten worden het target- en het attribuutconcept genoemd. We illustreren hier de werking ervan aan de hand van een klassiek voorbeeld uit de sociale psychologie: een etniciteits-IAT die associaties met mensen van een verschillende

huidskleur meet (o.a. Greenwald et al. 1998)³. Hierin is etniciteit het target-concept, voorgesteld door twee targetcategorieën: zwart en blank. Als attribuutcategorieën worden goed en slecht gebruikt. Wat deze IAT dus meet, is de associatie tussen huidskleur enerzijds en goed/slecht anderzijds. Voor elk van de vier categorieën (zwart, blank, goed, slecht) zijn een aantal representatieve stimuli nodig die duidelijk tot slechts één categorie behoren. In het voorbeeld van de etniciteits-IAT kunnen dat foto's van blanke en zwarte gezichten zijn voor de targetstimuli, en positieve en negatieve adjectieven voor de attribuutstimuli.

Een IAT-experiment is opgebouwd uit vijf blokken. Elk blok bestaat uit een aantal trials waarin er telkens een stimulus gecategoriseerd moet worden. In het eerste blok moeten participanten targetstimuli categoriseren. Elke aangeboden foto moeten ze onderbrengen in een categorie (zwart of blank). Dit doen ze door een van twee antwoordknoppen op een toetsenbord in te drukken zodra een foto op het scherm verschijnt. De betekenis van de antwoordknoppen staat altijd in de bovenhoeken van het scherm: links voor de knop van de linkerhand, rechts voor de knop van de rechterhand. Het tweede blok draait om attribuutdiscriminatie. De participanten krijgen nu in elke trial een adjectief te zien dat ze moeten categoriseren als goed of slecht. Blok 1 en blok 2 zijn oefenblokken die de participanten laten wennen aan de taak en de verschillende stimuli. Blok 3 is dan het eerste van twee experimentele blokken. In dit blok dient elke antwoordknop voor zowel één target- als één attribuutcategorie (bv. zwart en goed voor de ene knop vs. blank en slecht voor de andere, of zwart en slecht vs. blank en goed, zie figuur 3). Nu moeten afwisselend targetstimuli (foto's) en attribuutstimuli (adjectieven) gecategoriseerd worden. De categorisatietaak is in blok 3 dus een combinatie van de oefentaken uit blok 1 en 2.

Wanneer de combinatie van target- en attribuutcategorie toegekend aan de antwoordknop, bijvoorbeeld zwart samen met goed, overeenstemt met de attitude van de participant, spreken we van een congruent blok. Wanneer de combinatie ingaat tegen de attitude van de participant, is het een incongruent blok. In ons voorbeeld van de etniciteits-IAT: stel dat een participant positieve associaties met zwarte personen heeft, dan zal deze persoon het makkelijker vinden om de stimuli te categoriseren indien foto's van zwarte gezichten en positieve adjectieven met dezelfde knop gecategoriseerd moeten worden. Makkelijker categoriseren vertaalt zich in snellere reactietijden en dat is wat gemeten wordt in een IAT-experiment.

³ Behalve de IAT zijn ook verschillende andere indirecte meettechnieken uit de sociale psychologie (o.a. de AMP, Payne et al. 2005) al ingezet om associaties op basis van etniciteit te meten.







Figuur 3: Voorbeeld van een trial uit een van de experimentele blokken van de IAT

Blok 4 is opnieuw een oefenblok met targetdiscriminatie identiek aan blok 1, maar ditmaal wordt de betekenis van de knoppen omgekeerd. Stond de linkerknop in blok 1 bijvoorbeeld voor zwart en de rechter voor blank, dan staat de linkerknop nu voor blank en de rechter voor zwart. Het vijfde en laatste blok is opnieuw een experimenteel blok met een gecombineerde taak. De toewijzing van de targetcategorieën aan de antwoordknoppen uit blok 4 wordt behouden; die van de attribootcategorieën blijft doorheen het experiment hetzelfde. Daardoor is de combinatie van categorieën per knop nu omgekeerd t.o.v. die van het eerste experimentele blok (blok 3). Was het eerste blok voor een bepaalde participant het congruente blok, dan zal blok 5 het incongruente blok zijn of andersom. In het voorbeeld van de participant met positieve associaties bij zwarte personen, zal categorisatie moeizamer zijn en bijgevolg trager verlopen nu zwart en slecht onder dezelfde antwoordknop vallen. De reactietijden van deze participant zullen dus hoger liggen. Door reactietijden uit de experimentele blokken te vergelijken via een scoringsalgoritme (Greenwald et al. 2003), wordt berekend welke attitudes de participant heeft.

Tabel 1 geeft een schematisch overzicht van de structuur en van de verschillende taken in een IAT-experiment. Figuur 3 toont de opstelling voor een trial uit een van de experimentele blokken.

Tabel 1: Schematisch overzicht IAT-experiment

BLOK	TYPE BLOK	TAAK	STIMULI (VB. ETNICITEITS-IAT)
1	oefenblok	target- discriminatie	
2	oefenblok	attribuut- discriminatie	<i>fantastisch, heerlijk, vreselijk, afschuwelijk</i>
3	experimenteel blok	gecombineerde taak	 <i>fantastisch, heerlijk, vreselijk, afschuwelijk</i>
4	oefenblok	target- discriminatie	
5	experimenteel blok	gecombineerde taak	 <i>fantastisch, heerlijk, vreselijk, afschuwelijk</i>

Een van de redenen waarom de IAT populair is binnen de sociale psychologie is zijn goede psychometrische eigenschappen. Verschillende studies in de afgelopen 20 jaar hebben aangetoond dat de test betrouwbaar en valide⁴ is (zie bv. Nosek et al. 2007 voor een uitgebreide bespreking), aspecten waarvoor de IAT het merklijk beter doet dan een aantal andere nieuwe impliciete meettechnieken uit de psychologie, zoals *affective priming* (Gawronski & De Houwer 2014).

Een ander voordeel van de IAT is de flexibiliteit van de techniek, en het is net die eigenschap die mogelijkheden biedt om de methode aan te passen voor taalattitudeonderzoek. Ten eerste laat de IAT toe allerlei vormen van stimuli te gebruiken: geschreven tekst, afbeeldingen, maar ook auditieve stimuli (Vande Kamp 2002). Ten tweede is de lengte van de stimuli iets flexibeler voor de IAT dan voor andere sociaalpsychologische indirecte methodes (bv. *affective priming* of de AMP). Succesvolle IAT-studies met auditieve stimuli tot ongeveer 12 woorden (ca. 24 lettergrepen) zijn gerapporteerd (Pantos & Perkins, 2012). Dit is natuurlijk nog steeds beperkt in vergelijking met de frag-

⁴ Met de betrouwbaarheid van een methode wordt verwezen naar de consistentie van de methode: worden onder dezelfde omstandigheden dezelfde resultaten bekomen? Een valide methode is een methode die effectief meet waarvoor ze ontworpen is.

menten die traditioneel gebruikt worden in matched- en verbal-guise-experimenten. Nog een voordeel van de IAT is de mogelijkheid om meer types associaties te meten dan enkel goed/slecht (zoals in het voorbeeld van de etniciteits-IAT hierboven). In principe kan elke binair uitdrukbare relatie in attribuutlabels gebruikt worden, waardoor zowel de traditionele dimensies uit taalattitudeonderzoek (bv. prestige of sociale aantrekkelijkheid), als nieuwe associaties bestudeerd kunnen worden met een IAT.

Er zijn aan de IAT, net als aan de traditionele taalkundige attitudemeettechnieken, ook een aantal nadelen. Om te beginnen is de taak cognitief veeleisend voor participanten, wat mogelijk bepaalde groepen uitsluit (hoewel bijvoorbeeld Cvencek et al. 2011 een succesvolle toepassing van de IAT bij 4-jarigen rapporteert). Een tweede moeilijkheid waarmee rekening gehouden moet worden, is dat de IAT steunt op reactietijdmeting en dus betrouwbare meetapparatuur en software vereist.

De belangrijkste problemen met de IAT situeren zich echter op het niveau van de structuur van de methode. Dit heeft enerzijds te maken met de blokstructuur van de IAT waar we verderop op terugkomen, en anderzijds met het feit dat de methode relatief en binair van aard is. Deze laatste beperking zou kunnen omzeild worden door varianten van de klassieke IAT in te zetten. Zo gebruiken de *Single-Target* IAT (Wigboldus et al. 2004, Bluemke & Friese 2008) en *Single-Category* IAT (Karpinski & Steinman 2006) slechts één targetcategorie. De *Single-Attribute* IAT (Penke et al. 2006) beperkt zich tot één attribuutcategorie. Op die manier kan ook onderzoek gedaan worden naar niet-binaire target- en attribuutconcepten. Verder is een IAT-meting relatief in de zin dat er nooit op een absolute manier kan weergegeven worden hoe een targetcategorie gepercipieerd wordt. De methode kan enkel aangeven of een concept bijvoorbeeld positiever/negatiever gezien wordt dan een ander, zonder referentie aan een neutraal nulpunt.

Het tweede structurele probleem waarop we hierboven al wezen, gevolg van de blokstructuur van de IAT, is het optreden van *recoding*: in het congruente blok zou het kunnen zijn dat participanten de taak herleiden van een dubbele categorisatietaak (zowel targetdiscriminatie als attribuutdiscriminatie) tot een enkelvoudige door de targetcategorieën te vereenzelvigen met de attribuutcategorieën, wat de resultaten van het experiment kan beïnvloeden (Rothermund et al. 2009). Om het probleem van *recoding* aan te pakken, zijn alternatieve versies van de IAT ontwikkeld, nl. de *Single-Block* IAT (Teige-Mocigemba et al. 2008) en de *Recoding-Free* IAT (Rothermund et al. 2009). Beide methodes remediëren *recoding* door de traditionele blokstructuur van de IAT te verwijderen. De *Single-Block* IAT doet dat door het congruente en incongruente blok samen te laten smelten. Het computerscherm wordt visueel in twee horizontale delen verdeeld en de knoppencombinatie hangt dan af van

de plaats op het scherm waar de stimulus verschijnt. De *Recoding-Free* IAT past de knoppencombinatie aan trial per trial en wisselt zo congruente en incongruente trials af zonder ze in blokken aan te bieden.

Een bijkomend problematisch aspect van de IAT kan zijn dat de test eerder extra-persoonlijke dan persoonlijke associaties meet (Olson & Fazio 2004; al is dit geen oncontroverseel onderscheid). Met extra-persoonlijke associaties worden associaties bedoeld waaraan individuen voortdurend blootgesteld worden, maar die zij daarom nog niet onderschrijven. Zo zijn de meeste mensen ongetwijfeld vertrouwd met de associatie tussen groenten eten en gezond leven, en dus met de associatie groenten-positief, ook mensen die niet graag groenten eten en bijgevolg persoonlijk geen positieve associatie ermee hebben. Om het meten van persoonlijke associaties te verzekeren ontwierpen Olson & Fazio (2004) de *Personalized* IAT als variant. Deze variant personaliseert de traditionele IAT door gebruik te maken van labels als ‘vind ik goed/slecht’ eerder dan het absoluut normatieve ‘goed/slecht’. Ook krijgen participanten geen foutmelding wanneer ze een stimulus verkeerd zouden categoriseren, wat wel het geval is in een standaard IAT.

Een verdere moeilijkheid doet zich voor wanneer dezelfde participant meerdere tests uitvoert. Dan kunnen snel *practice effects* en vermoeidheidseffecten optreden wat de betrouwbaarheid van de methode bij de tweede afname vermindert (Gawronski et al. 2011). Als gevolg hiervan is het dus moeilijk om met de IAT attitudes van dezelfde persoon tegenover meer dan twee target-categorieën te meten.

Een laatste hindernis verbonden aan de IAT is dat de target- en attribootcategorieën met labels benoemd moeten worden en de keuze van een geschikt label ligt niet steeds voor de hand. In sommige studies naar taalattitudes kan het bijvoorbeeld lastig zijn een geschikt label te kiezen voor een bepaalde taalvariëteit of -variant. Enig vooronderzoek kan helpen een label te selecteren dat gebruikt wordt in de bestudeerde taalgemeenschap en waarvan men redelijk zeker is dat onderzoeker en participant dezelfde taalphenomenen verbinden met het gekozen label.

De IAT is niet alleen een interessante piste voor taalattitudeonderzoek vanwege de succesvolle toepassingen in de sociale psychologie; de methode heeft al voorzichtig zijn eerste intrede gedaan in taalkundig attitudeonderzoek en de resultaten zijn bemoedigend. Drie studies hebben de IAT op erg uiteenlopende manieren geïmplementeerd om taalattitudes en de sociale betekenissen van taalvarianten te onderzoeken. Zo is er de studie van Redinger (2010) over attitudes tegenover Frans en Letzeburgs in een meertalige onderwijscontext in Luxemburg. In dit kleinschalig experiment ($N = 5$) worden als targetstimuli de namen van de talen in kwestie in geschreven vorm aangeboden. De resultaten tonen meer positieve associaties met Letzeburgs in vergelijking met Frans. Ze

zijn bovendien in overeenstemming met de uitkomst van de veel uitgebreidere studie van expliciete taalattitudes die de focus van Redingers onderzoek vormt.

Een stap verder gaan Pantos en Perkins (2012), die als eerste taalkundigen de IAT gebruiken om via auditieve stimuli attitudes tegenover een niet-moedertalige variëteit van het Engels te bestuderen. In tegenstelling tot wat hun directe attitudemeting oplevert, wijzen de IAT-resultaten op een voorkeur voor een moedertalig Amerikaans Engels accent. Op basis van deze resultaten moedigen de auteurs taalkundigen aan meer onderzoek te doen naar impliciete taalattitudes.

Ten slotte is er Campbell-Kiblers werk (2012) waarin ze de IAT gebruikt om de sociale betekenis van een aantal taalvarianten in Amerikaans Engels, zoals de (ING)-variabele, te meten. Met zowel geschreven als auditieve stimuli toont Campbell-Kibler via de IAT associaties aan tussen de onderzochte variabelen en verschillende sociale betekenissen (zoals regionale identiteit of beroepsklasse). Net als in het werk van Pantos en Perkins (2012) leveren haar expliciete en impliciete attitudemetingen niet steeds dezelfde resultaten. Dat doet Campbell-Kibler pleiten voor meer theorievorming rond de associatie tussen taalvariatie en sociale betekenis, gebruikmakend van modellen voor impliciete attitudes.

Deze drie studies tonen aan dat de IAT bijzonder uiteenlopende mogelijkheden biedt om attitudes tegenover verschillende taalfenomenen te testen: talen als geheel op conceptueel niveau (Redinger 2010), niet-moedertalige accenten (Pantos & Perkins 2012) en individuele (fonetische) varianten (Campbell-Kibler 2012). In ons eigen lopende onderzoek testen we het gebruik van een gepersonaliseerde versie van de IAT voor het op grote schaal meten van taalattitudes tegenover regionale variëteiten van het Nederlands.

4. EEN TOEKOMST VOOR SOCIAALPSYCHOLOGISCHE IMPLICIETE ATTITUDEMEETTECHNIEKEN IN HET TAALATTITUDEONDERZOEK?

In een overzichtsartikel over taalattitudemeting stipt Garrett (2005, 1257-1258) het gebruik van verschillende methodes binnen één studie aan als een van de nieuwe ontwikkelingen binnen het vakgebied. Kwantitatieve en kwalitatieve technieken ontmoeten elkaar steeds vaker in onderzoek, zoals bijvoorbeeld Soukup (2009). We treden Garrett (2005) bij in de overtuiging dat het aanwenden van uiteenlopende methodes een vollediger en genuanceerder beeld van taalattitudes oplevert, en willen taalattitudeonderzoekers aanmoedigen om inspiratie op te doen in andere disciplines, zoals de sociale psychologie, die het taalattitudeonderzoek nieuwe interessante methodes kunnen bieden. Een studie die een eerste stap heeft gezet in het verkennen van een andere

dan traditioneel taalkundige techniek is Speelman et al. (2013), waarin *affective priming* getest is als methode om taalattitudes te bestuderen. Zoals hierboven beschreven, werden er ook al pogingen in die richting gedaan voor de IAT en wij hopen daartoe in ons onderzoek een verdere bijdrage te leveren. Er is nog heel wat werk om standaardprocedures voor het gebruik van deze sociaalpsychologische methodes in taalattitudeonderzoek te ontwikkelen en hun potentieel verder te verkennen. Bovendien ontkennen we niet dat methodes als de IAT naast een reeks voordelen ook een aantal nadelen hebben in vergelijking met sommige traditionele technieken, zoals bijvoorbeeld het gebrek aan context in de gebruikte stimuli. Daarom pleiten we uitdrukkelijk voor multidisciplinair onderzoek met een wijde selectie aan methodes om attitudes in al hun aspecten te bestuderen. We zijn hoopvol dat de IAT, en misschien nog andere sociaalpsychologische methodes, een waardevolle aanvulling en een nieuwe impuls kunnen vormen voor het taalkundig attitudeonderzoek en dat zij in de toekomst mogelijk een plaats zullen kunnen vinden naast de traditionele tools in de gereedschapskist van de (socio)linguïst.

BIBLIOGRAFIE

- Albarracín, D., Wang, W., Li, H., & Noguchi, K. (2008). Structure of attitudes. Judgements, memory, and implications for change. In W. D. Crano & R. Prislin (Eds.), *Attitudes and Attitude Change* (pp. 19-39). New York/London: Psychology Press.
- Banaji, M. R., & Hardin, C. D. (1996). Automatic stereotyping. *Psychological Science*, 7(3), 136-141.
- Bargh, J. A. (1994). The four horsemen of automaticity: Awareness, intention, efficiency, and control in social cognition. In R. S. Wyer & T. K. Srull (Eds.), *The Handbook of Social Cognition* (2nd ed., pp. 1-40). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Bluemke, M., & Friese, M. (2008). Reliability and validity of the Single-Target IAT (ST-IAT): Assessing automatic affect towards multiple attitude objects. *European Journal of Social Psychology*, 38, 977-997.
- Campbell-Kibler, K. (2012). The Implicit Association Test and sociolinguistic meaning. *Lingua*, 122(7), 753-763.
- Cvencek, D., Greenwald, A. G., & Meltzoff, A. N. (2011). Measuring implicit attitudes of 4-year-olds: The preschool implicit association test. *Journal of Experimental Child Psychology*, 109(2), 187-200.
- De Houwer, J., & De Bruycker, E. (2007). The identification-EAST as a valid measure of implicit attitudes toward alcohol-related stimuli. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*, 38(2), 133-143.
- Fazio, R. H. (2007). Attitudes as object-evaluation associations of varying strength. *Social Cognition*, 25(5), 603-637.
- Fazio, R. H., Sanbonmatsu, D. M., Powell, M. C., & Kardes, F. R. (1986). On the automatic activation of attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50(2), 229-238.

- Garrett, P. (2005). Attitude measurements. In U. Ammon, N. Dittmar, K. Mattheier, & P. Trudgill (Eds.), *Sociolinguistics: An International Handbook of the Science of Language and Society, Vol. 3.2* (pp. 1251-1260). Berlin: Mouton De Gruyter.
- Garrett, P. (2010). *Attitudes to Language*. Cambridge: CUP.
- Gawronski, B., & Bodenhausen, G. V. (2006). Associative and propositional processes in evaluation: An integrative review of implicit and explicit attitude change. *Psychological Bulletin, 132*(5), 692-731.
- Gawronski, B., & De Houwer, J. (2014). Implicit measures in social and personality psychology. In H. T. Reis & C. M. Judd (Eds.), *Handbook of Research Methods in Social and Personality Psychology* (2nd ed., pp. 283-310). New York: CUP.
- Gawronski, B., Deutsch, R., & Banse, R. (2011). Response Interference Tasks as Indirect Measures of Automatic Associations. In K. C. Klauer, A. Voss, & C. Stahl (Eds.), *Cognitive Methods in Social Psychology* (pp. 78-123). New York: Guilford Press.
- Greenwald, A. G., McGhee, D. E., & Schwartz, J. L. K. (1998). Measuring individual differences in implicit cognition: The implicit association test. *Journal of Personality and Social Psychology, 74*(6), 1464-1480.
- Greenwald, A. G., Nosek, B. A., & Banaji, M. R. (2003). Understanding and using the Implicit Association Test: I. An improved scoring algorithm. *Attitudes and Social Cognition, 85*(2), 197-216.
- Grondelaers, S. (2013) Attitude measurements in the Low Countries. In F. Hinskens & J. Taeldeman (Eds.), *Language and Space. An International Handbook of Linguistic Variation. Vol. 3: Dutch* (pp. 586-602). Berlin/Boston: De Gruyter Mouton.
- Grondelaers, S., & Speelman, D. (2013). Can speaker evaluation return private attitudes towards stigmatised varieties? Evidence from emergent standardisation in Belgian Dutch. In T. Kristiansen & S. Grondelaers (Eds.), *Language (De)standardisations in Late Modern Europe: Experimental Studies* (pp. 171-191). Oslo: Novus Press.
- Grondelaers, S., van Hout, R., & Steegs, M. (2010). Evaluating regional accent variation in Standard Dutch. *Journal of Language and Social Psychology, 29*(1), 101-116.
- Grondelaers, S., van Hout, R., & van Gent, P. (aangeboden ter publicatie). Why do we say them when we know it should be they? Picture-based evaluation evidence for the dynamic prestige of an ongoing syntactic change in Netherlandic Dutch. *Language and Society*.
- Houben, K., Nosek, B. A., & Wiers, R. W. (2010). Seeing the forest through the trees: A comparison of different IAT variants measuring implicit alcohol associations. *Drug and Alcohol Dependence, 106*(2-3), 204-211.
- Hyrkstedt, I., & Kalaja, P. (1998). Attitudes toward English and its functions in Finland: A discourse-analytic study. *World Englishes, 17*(3), 345-357.
- Karpinski, A., & Steinman, R. B. (2006). The Single Category Implicit Association Test as a measure of implicit social cognition. *Journal of Personality and Social Psychology, 91*(1), 16-32.

- Kristiansen, T., & Grondelaers, S. (Eds.). (2013). *Language (De)standardisation in Late Modern Europe: Experimental Studies*. Oslo: Novus Press. (Standard Language Ideology in Contemporary Europe, Vol. 2).
- Lambert, W. E., Hodgson, R. C., Gardner, R. C., & Fillenbaum, S. (1960). Evaluational reactions to spoken languages. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 60(1), 44-51.
- Loester, B. (2009). *A Contrastive Study of Language Attitudes and Identity Construction in the North-East of Scotland and Bavaria*. Ongepubliceerd proefschrift, University of Aberdeen.
- Lybaert, C. (2014). *Het Gesproken Nederlands in Vlaanderen. Percepties en Attitudes van een Spraakmakende Generatie*. Ongepubliceerd proefschrift, Universiteit Gent.
- Moors, A., Spruyt, A., & De Houwer, J. (2010). In search of a measure that qualifies as implicit. Recommendations based on a decompositional view of automaticity. In B. Gawronski & B. K. Payne (Eds.), *Handbook of Implicit Social Cognition: Measurement, Theory and Applications* (pp. 19-37). New York: Guilford Press.
- Nosek, B. A., & Banaji, M. R. (2001). The Go/No-go Association Task. *Social Cognition*, 19(6), 625-664.
- Nosek, B. A., Greenwald, A. G., & Banaji, M. R. (2007). The Implicit Association Test at age 7: A methodological and conceptual review. In J. A. Bargh (Ed.), *Automatic Processes in Social Thinking and Behavior* (pp. 265-292). Hove, Engeland: Psychology Press.
- Olson, M. A., & Fazio, R. H. (2004). Reducing the influence of extrapersonal associations on the Implicit Association Test: personalizing the IAT. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86(5), 653-667.
- Pantos, A. J., & Perkins, A. W. (2012). Measuring Implicit and Explicit Attitudes Toward Foreign Accented Speech. *Journal of Language and Social Psychology*, 32(1), 3-20.
- Payne, B. K., Cheng, C. M., Govorun, O., & Stewart, B. D. (2005). An inkblot for attitudes: Affect misattribution as implicit measurement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89(3), 277-293.
- Penke, L., Eichstaedt, J., & Asendorpf, J. B. (2006). Single-Attribute Implicit Association Tests (SA-IAT) for the assessment of unipolar constructs. The case of sociosexuality. *Experimental Psychology*, 53(4), 283-291.
- Petty, R. E., Briñol, P., & DeMarree, K. G. (2007). The Meta-Cognitive Model (MCM) of attitudes: Implications for attitude measurement, change, and strength. *Social Cognition*, 25(5), 657-686.
- Petty, R. E., Fazio, R. H., & Briñol, P. (2009). The new implicit measures. An overview. In R. E. Petty, R. H. Fazio, & P. Briñol (Eds.), *Attitudes: Insights from the New Implicit Measures* (pp. 3-18). New York: Psychology Press.
- Potter, J., & Wetherell, M. (1987). *Discourse and Social Psychology: Beyond Attitudes and Behaviour*. Londen: Sage.
- Redinger, D. (2010). *Language Attitudes and Code-switching Behaviour in a Multilingual Educational Context: The Case of Luxembourg*. Ongepubliceerd proefschrift, The University of York.

- Rothermund, K., Teige-Mocigemba, S., Gast, A., & Wentura, D. (2009). Minimizing the influence of recoding in the Implicit Association Test: The Recoding-Free Implicit Association Test (IAT-RF). *Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 62(1), 84-98.
- Soukup, B. (2009). *Dialect Use as Interaction Strategy. A Sociolinguistic Study of Contextualization, Speech Perception, and Language Attitudes in Austria*. Wenen: Braumüller Verlag.
- Soukup, B. (2013). On matching speaker (dis)guises – revisiting a methodological tradition. In T. Kristiansen & S. Grondelaers (Eds.), *Language (De)standardisation in Late Modern Europe: Experimental Studies* (pp. 267-285). Oslo: Novus Press.
- Speelman, D., Spruyt, A., Impe, L., & Geeraerts, D. (2013). Language attitudes revisited: Auditory affective priming. *Journal of Pragmatics*, 52, 83-92.
- Teige-Mocigemba, S., Klauer, K. C., & Rothermund, K. (2008). Minimizing method-specific variance in the IAT. A Single Block IAT. *European Journal of Psychological Assessment*, 24(4), 237-245.
- Vande Kamp, M. E. (2002). *Auditory Implicit Association Tests*. Ongepubliceerd proefschrift, University of Washington.
- Wigboldus, D. H. J., Holland, R. W., & van Knippenberg, A. (2004). *Single Target Implicit Associations*. Ongepubliceerd manuscript.
- Wittenbrink, B., Judd, C. M., & Park, B. (1997). Evidence for racial prejudice at the implicit level and its relationship with questionnaire measures. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72(2), 262-274.