

Van bystander naar opstander

**Een vignetstudie naar het effect van
eigenschappen van discriminerende
uitingen op sociale media en
persoonlijke eigenschappen op de
bereidheid om actie te ondernemen
tegen discriminatie**

Prof. Dr. Lidwien van de
Wijngaert
Jan Maessen, MSc
Laura van de Reijden, MA
Anneke Bloemen, MA

E:M+MA.

Radboud Universiteit



Inhoudsopgave

1. Inleiding
2. Onderzoeksopzet
3. Inhoud
 - a) Enkele algemene inzichten
 - b) Verschillen o.b.v. vormen van discriminatie
 - c) Verschillen o.b.v. demografische factoren
4. Conclusie en discussie

Van *bystander* naar *upstander*

Deze studie is uitgevoerd om de basis te leggen voor een strategie die tot doel heeft om online discriminatie tegen te gaan. Dat willen we bereiken door mensen die nu niet in 'beweging' komen bij het zien van discriminerende uitingen te activeren. Bij mensen die zich überhaupt niet bewust zijn van de discriminerende aard van een uiting, werken we aan bewustwording. Mensen die wel willen, maar niet weten hoe ze op een laagdrempelige manier actie kunnen ondernemen, bieden we een handelingsperspectief. Zo beoogt de strategie om van *bystanders* bij online discriminatie *upstanders* te maken.

Om een zo effectief mogelijke strategie te ontwikkelen, poogt deze studie om de volgende

twee vragen te beantwoorden:

1. Wat is het effect van verschillende vormen van discriminatie op de waardering (affectief en cognitief) en de handelingsbereidheid van respondenten?
2. Wat is het effect van demografische kenmerken op de waardering (affectief en cognitief) en de handelingsbereidheid van respondenten?

Deze vragen beantwoorden we door middel van een vignettenstudie. De resultaten vormen de basis voor een reeks te ontwikkelen interventies die bij moeten dragen aan een aangepaste sociale norm in het online discours.

2. Onderzoeksopzet

Vignettenstudie

Dit onderzoek geeft door middel van een vignettenstudie antwoord op de onderzoeksvragen. Hierbij krijgen respondenten een fictieve maar realistische situatie in het online domein voorgelegd. Door de vignetten systematisch te variëren op een aantal eigenschappen - zoals de heftigheid van de uiting en de groep die wordt gediscrimineerd – krijgen we inzicht in het effect van kenmerken van een bericht op de waardering (affectief en cognitief) en de handelingsbereidheid van respondenten.

Wanneer we het in deze studie over discriminatie hebben, hebben we het over uitingen die door respondenten mogelijk worden *ervaren als* discriminerend. Dit type uitingen valt niet altijd samen met discriminatie in de strafrechtelijke zin van het woord. Reden hiervoor is dat we in deze studie

onderzoeken hoe groot de handelingsbereidheid van respondenten is bij verschillende – ook minder expliciete - vormen van discriminatie.

Voor de studie zijn in totaal 32 verschillende vignetten ontworpen. Iedere respondent beantwoordde vragen over één vignet, wat betekent dat ieder vignet ongeveer 50 keer aan bod is gekomen.

1.577 respondenten hebben de enquête volledig ingevuld. Om de resultaten van het onderzoek te kunnen generaliseren naar de Nederlandse bevolking, hebben we de data gewogen op leeftijd, geslacht en opleiding op basis van bevolkingsgegevens van het CBS uit 2018.

Opzet vignetten

Om te onderzoeken wat het effect is van verschillende vormen van online discriminatie, hebben we zeven eigenschappen (variabelen) geformuleerd waarop discriminerende berichten van elkaar verschillen. Zie hiernaast.

Op basis van de combinatie van deze kenmerken zijn 32 voorbeelden van discriminerende berichten ontwikkeld.

1. Platform	Facebook	Twitter	YouTube	Instagram	Nieuwswebsites
2. Grond van discriminatie	Afkomst/ethniciteit	Gender/geslacht	Religie/ levensbeschouwing	Seksuele gerichtheid	Antisemitisme
3. Zwaarte van de uiting	Onbewuste discriminatie	Bewuste discriminatie			
4. Sociale afstand tot de dader	Een familielid of goede vriend/ vriendin	Een vage bekende	Een onbekende		
5. Gerichtheid en nabijheid van slachtoffer	Gericht op een persoon die je goed kent	Gericht op een beroemdheid	Gericht op een specifieke groep	Gericht op een anonieme persoon binnen een specifieke groep	
6. Vorm	(Alleen) tekst	Beeld (foto, plaatje, gifje, meme)			
7. Reactie van anderen	Geen reactie	Bevestigend op de uiting	Counterspeech		

Voorbeeldvignetten

De voorbeelden op deze pagina geven een indruk van het type vignetten dat aan respondenten is voorgelegd. De voorbeelden variëren onder meer op vorm, grofheid en grond van discriminatie en zijn gebaseerd op bestaande casuïstiek.

De vignettenstudie leert ons in hoeverre deze eigenschappen effect hebben op de reactie van respondenten, en wat dit effect is.



Onderzoeksvragen

Om antwoord te geven op de twee hoofdvragen van het onderzoek (sheet 3) zijn de volgende vraagstukken in de studie aan bod gekomen, waarbij telkens is onderzocht wat het effect is van verschillende vormen van online discriminatie:

- + Hoe reageren respondenten onbewust?
- + Hoe reageren respondenten bewust? Hoe acceptabel en discriminerend vinden ze een post?
- + Hoe groot is de actiebereidheid van respondenten na het zien van een post?
- + Wat voor type actie zouden ze willen ondernemen?
- + Wat vinden respondenten belangrijk bij de keuze voor een bepaald type actie?

Voor alle van de voorgaande vragen hebben we bovendien onderzocht wat het verschil is tussen verschillende groepen respondenten. Daarbij is het effect van de volgende eigenschappen onderzocht:

- + Gender
- + Leeftijd
- + Opleidingsniveau
- + Nationaliteit
- + Migratieachtergrond
- + Religie
- + Huidskleur
- + Seksuele oriëntatie
- + Woonplaats

4a. Rapportage – Algemene inzichten

Samenhang tussen waardering en handelingsbereidheid

Voordat we ingaan op tussen persoonskenmerken, vormen van discriminatie en actiebereidheid, benoemen we enkele algemene inzichten die de vignettenstudie heeft opgeleverd.

De analyse laat een relatie zien tussen verschillende afhankelijke variabelen die we hebben onderzocht. De mate waarin respondenten...

- a) De uiting als heftig ervaren;
- b) De uiting als negatief ervaren;
- c) De uiting onacceptabel vinden;
- d) De uiting discriminerend vinden; en,

- e) Actie willen ondernemen naar aanleiding van de uiting

De studie wijst er daarmee op dat mensen *eerder bereid zijn om in actie te komen naarmate zij een bericht als meer heftig, negatief, onacceptabel of discriminerend ervaren.*

Dit laat onverlet dat een aanzienlijk kleiner deel van de respondenten aangeeft bereid te zijn om in actie te komen (26 procent), dan het deel dat zegt uitingen als discriminerend te ervaren (59 procent).

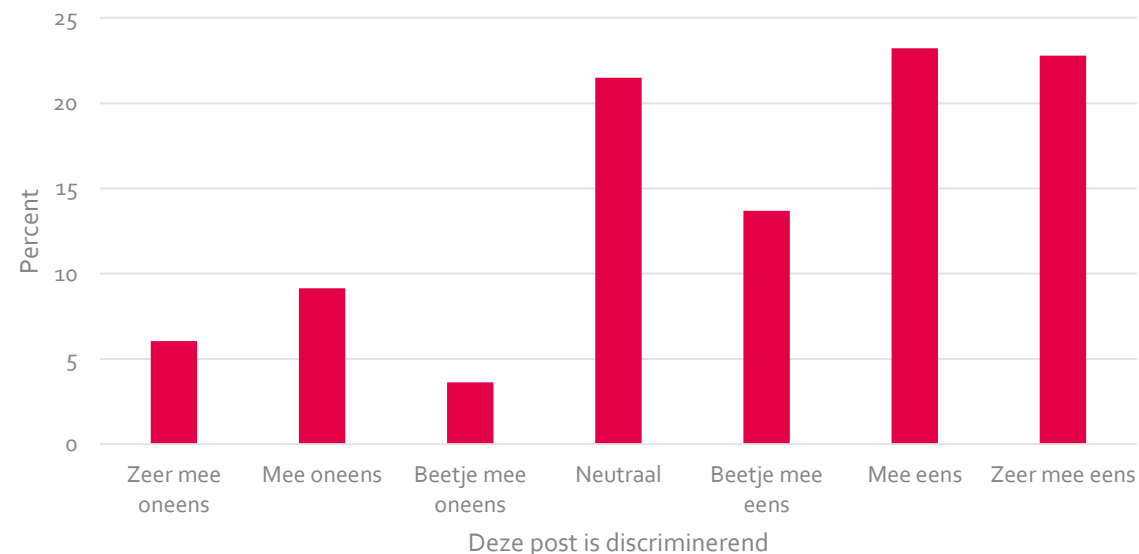
Waardering en handelingsbereidheid

- + Een ruime meerderheid van de respondenten (59 procent) vindt de vignetten die we hebben voorgelegd discriminerend.
- + Hoewel er samenhang is tussen de mate waarin respondenten een uiting als discriminerend ervaren, en hun handelingsbereidheid, is een aanzienlijk kleiner deel van de respondenten bereid om in actie te komen (26 procent).
- + Ongeveer 25 procent van de respondenten geeft aan zeker geen actie te willen ondernemen.

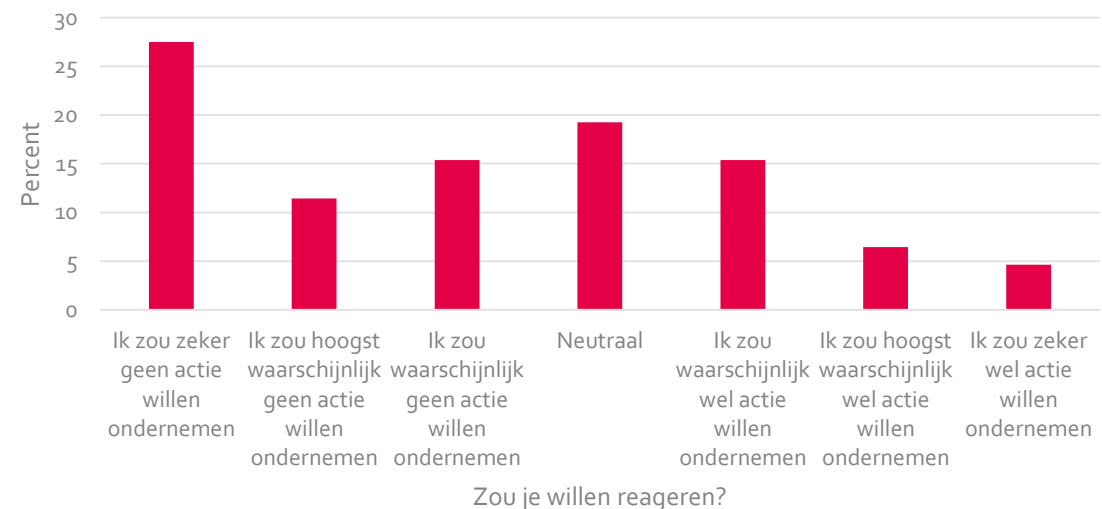
Uit de open vragen

- + Respondenten die een vignet niet als discriminerend beoordelen, zien de uiting vaak als een 'grap';
- + Zij vinden ook dat de term discriminatie te vaak en onterecht gebruikt wordt;
- + Men zegt vaak: 'dit gaat te ver, maar ja: vrijheid van meningsuiting'. Discriminatie of vrijheid van meningsuiting?
- + Discriminatie = modewoord en wordt te vaak gebruikt.

Deze post is discriminerend



Zou je willen reageren?



Onderzochte relaties

Op de komende pagina's gaan we in op de effecten die de analyse inzichtelijk heeft gemaakt. Daarbij kijken we naar de variabelen die een (statistisch significant) effect hebben op zowel de waardering (bewust en onbewust) als de handelingsbereidheid van respondenten na het zien van een discriminerende uiting.

We maken daarbij een onderscheid tussen eigenschappen van de discriminerende uiting en demografische eigenschappen van de respondenten.

Zoals hiernaast is te zien, hebben alle zogenoemde 'vignetvariabelen' een effect op de waardering en/of handelingsbereidheid van respondenten. Dit geldt echter niet voor de demografische eigenschappen van respondenten.

Alle effecten die op de volgende sheets worden besproken, worden ondersteund door middel van statistische tests.

Eigenschappen van discriminerende uitingen (vignetvariabelen) →



← Demografische eigenschappen van respondenten

4b. Rapportage – eigenschappen van vignetten

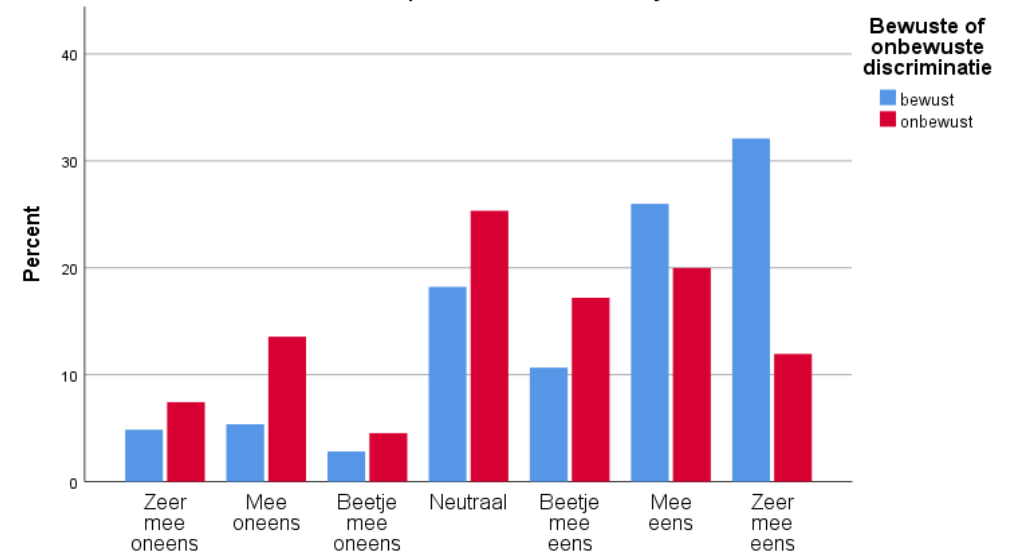
A) Heftigheid van de uiting

De voorbeelden van discriminatie die we in de studie hebben opgenomen varieerden in 'heftigheid'. Dat hebben we gedaan door een onderscheid te maken in uitingen die minder heftig zijn, die de afzender of ontvanger ook als 'grapje' zou kunnen interpreteren, waarin woorden als 'haha', en smileys worden gebruikt. Bij de andere helft van de voorbeelden kon er geen twijfel zijn over de discriminerende intentie die achter de uiting schuilt. De voorbeelden zijn expliciet en inhoudelijk heftig.

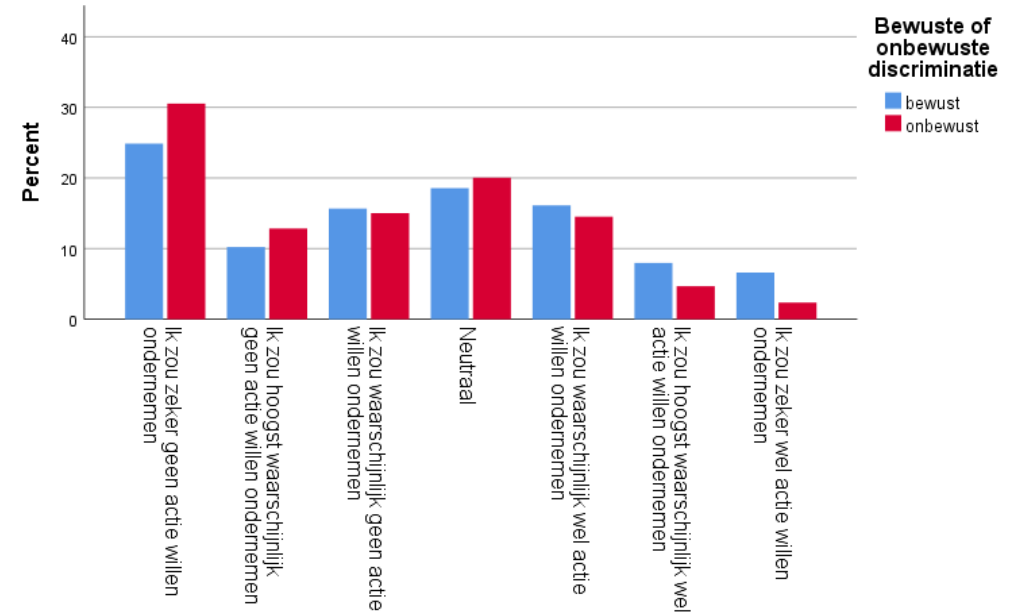
De studie laat zien dat dit onderscheid een zeer sterk effect heeft op de reactie van respondenten. Als we deze twee vormen van discriminatie vergelijken, zien we dat de heftigere variant...

- + Een negatiever gevoel teweeg brengt;
- + Intenser wordt ervaren;
- + Minder acceptabel is;
- + Vaker wordt gezien als discriminerend;
- + Gepaard gaat met een iets hogere actiebereidheid

Clustered Bar Percent of Deze post is discriminerend by Bewuste of onbewuste discriminatie



Clustered Bar Percent of Zou je willen reageren? by Bewuste of onbewuste discriminatie

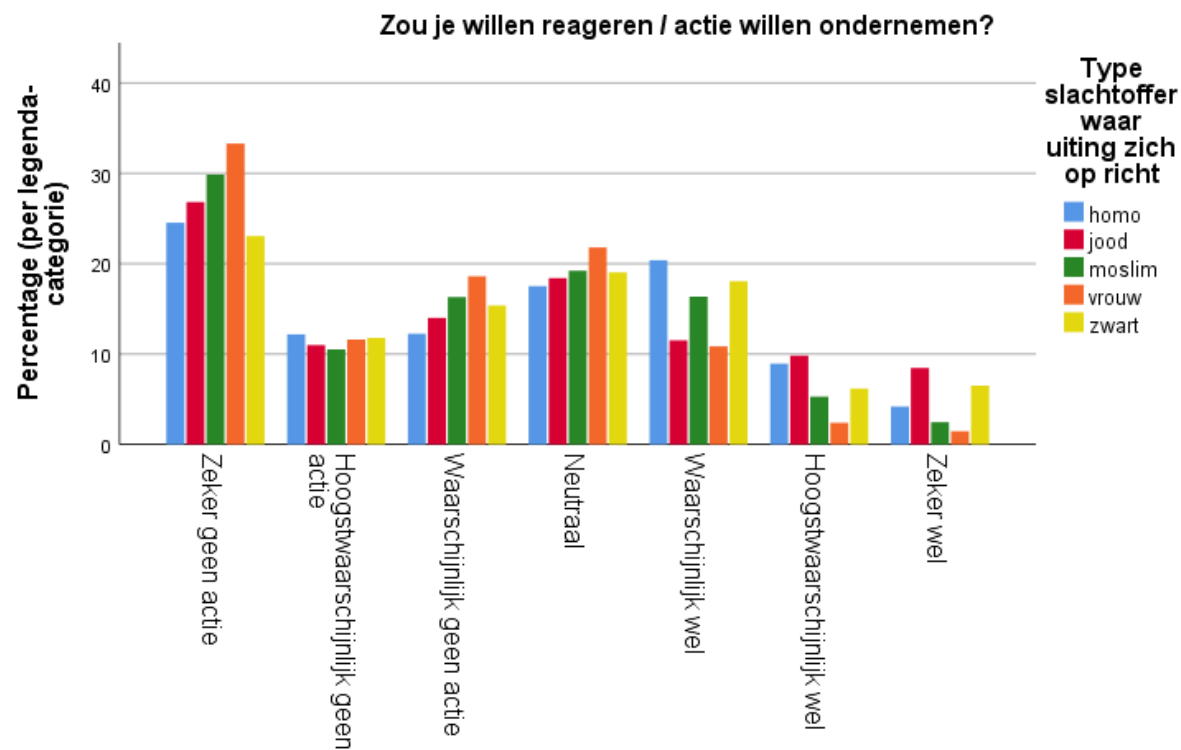
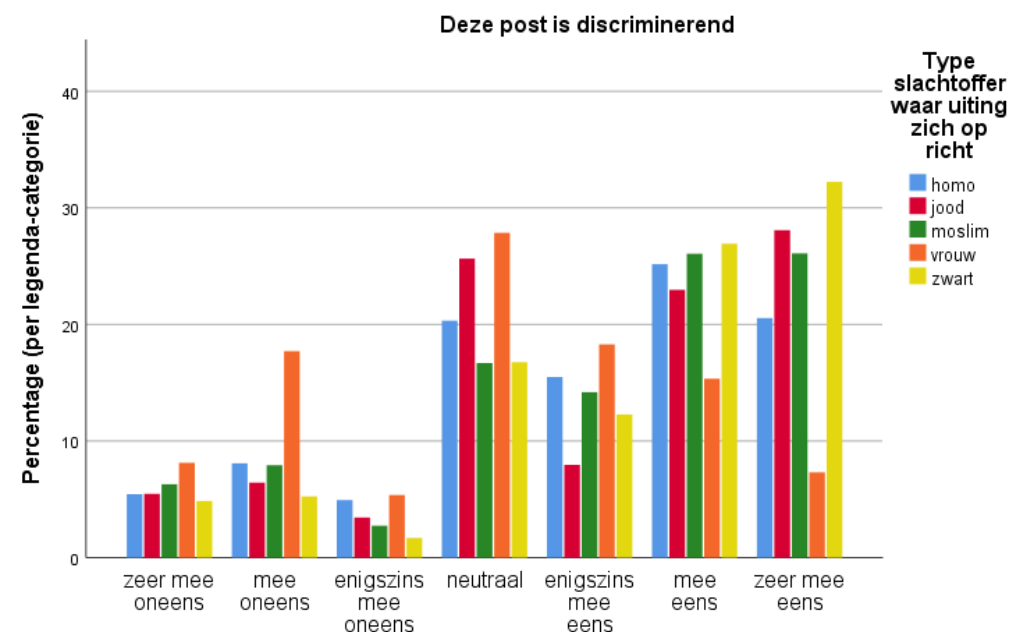


B) Grond van discriminatie

In deze studie hebben we specifiek gekeken naar vormen van discriminatie die relatief veelvoorkomend zijn in een online context, bijvoorbeeld in de *comments* op nieuwssites of op sociale media. In die context zijn de volgende vormen van discriminatie het meest voorkomend: homodiscriminatie, antisemitisme, moslimdiscriminatie, vrouwendiscriminatie en discriminatie van mensen met een donkere huidskleur. Door onderscheid te maken tussen deze verschillende gronden, vinden we de volgende effecten:

- + Discriminatie van vrouwen wordt veel minder snel als onacceptabel en discriminerend gezien dan andere gronden van discriminatie.
- + Respondenten zijn ook minder snel bereid om in actie te komen bij discriminatie van vrouwen, dan bij discriminatie die zich richt op andere groepen in de samenleving.

* Op basis van de onderste grafiek op deze pagina lijkt er sprake te zijn van een relatief lage handelingsbereidheid bij discriminatie van moslims. De statistische tests die we hebben uitgevoerd geven hier echter geen uitsluitsel over. Aanvullende analyse van de resultaten is nodig om hier een definitieve conclusie aan te kunnen verbinden.



C) Sociale afstand tot dader

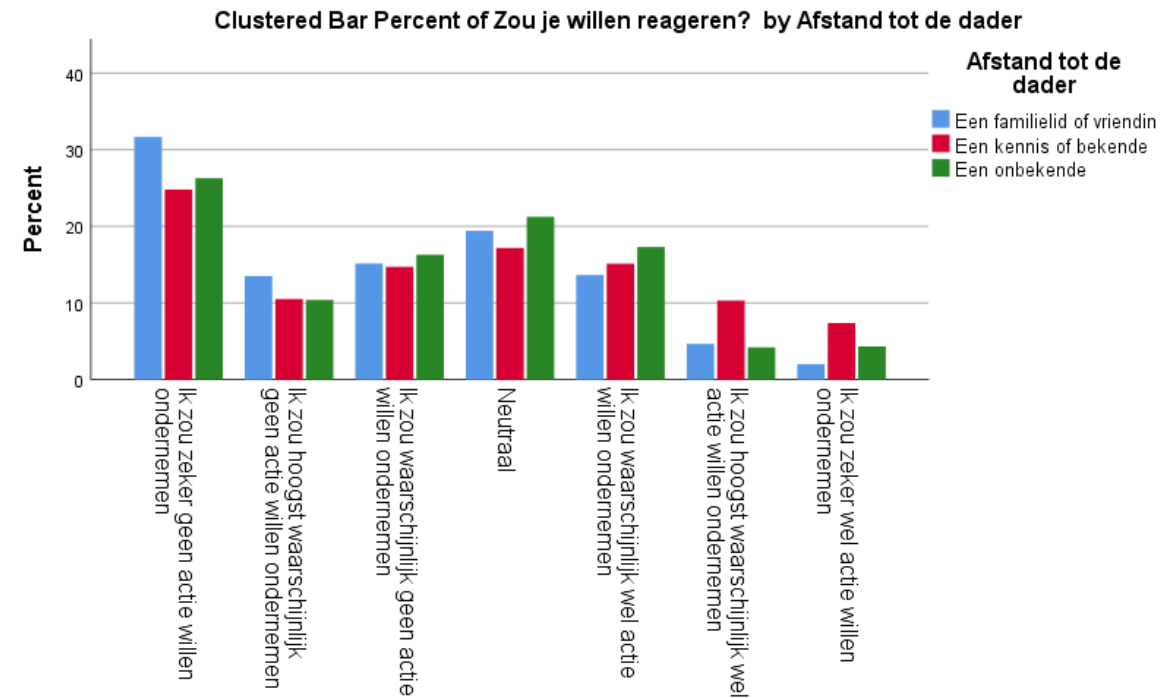
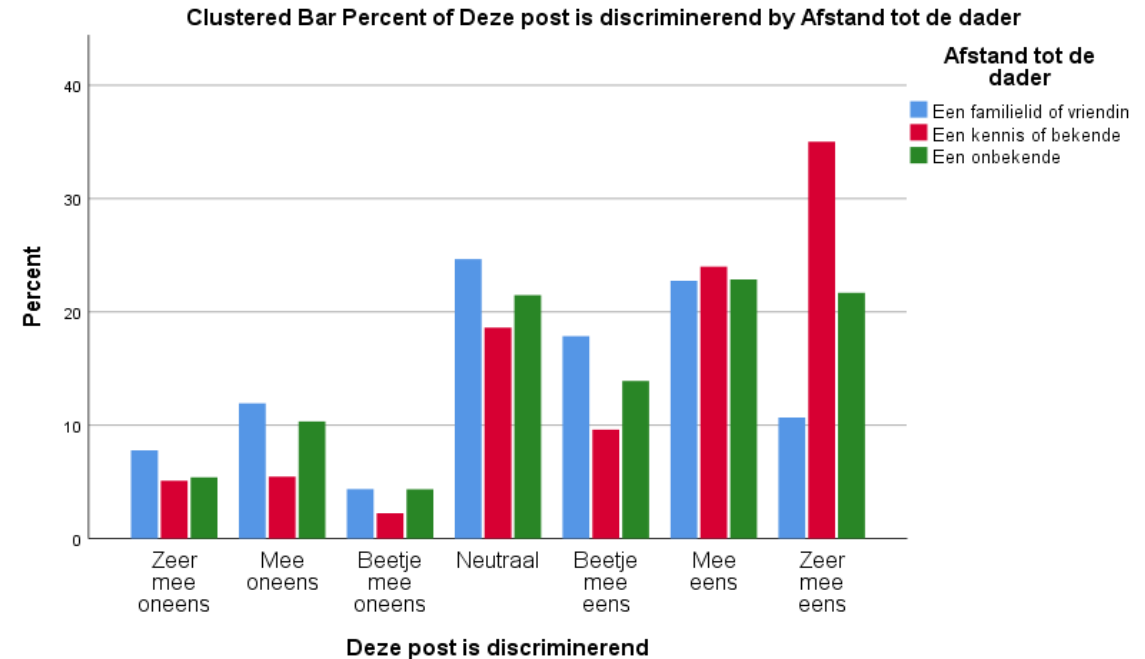
Bij ieder vignet in de studie hebben we aangegeven in hoeverre de respondent bekend is met de plaatsr van de post. Daarbij maken we een onderscheid tussen a) een familielid of vriendin, b) een kennis of bekende en c) een onbekende. De sociale afstand tot de dader varieert daarmee van klein (familielid of vriendin) tot zeer groot (een onbekende).

Dit onderscheid levert de volgende inzichten op:

- + Van de drie categorieën, zien we dat posts die geplaatst zijn door een 'kennis of bekende' relatief negatief worden gewaardeerd. De actiebereidheid onder respondenten is het hoogste wanneer berichten door deze groep zijn geplaatst.
- + Posts die zijn geplaatst door mensen met een kleine sociale afstand tot de respondent worden minder vaak negatief gewaardeerd. De actiebereidheid is ook relatief laag na het zien van een dergelijke post.
- + Posts die zijn geplaatst door een onbekende scoren zowel op waardering, als op actiebereidheid tussen de andere twee groepen.

De sociale afstand van de respondenten ten opzicht van de dader speelt dus een rol, maar niet een die zich gemakkelijk laat verklaren.

Mogelijk schatten respondenten in dat de mensen in hun directe omgeving niet snel discrimineren, waarbij een volgende redenering mogelijk is: 'Als ik de persoon die deze post heeft geplaatst niet zou kennen, zou ik het discriminerend vinden. Maar in dit geval ken ik de persoon wel, en weet ik dat die het waarschijnlijk niet zo bedoelt. Daarom oordeel ik maar wat milder.'



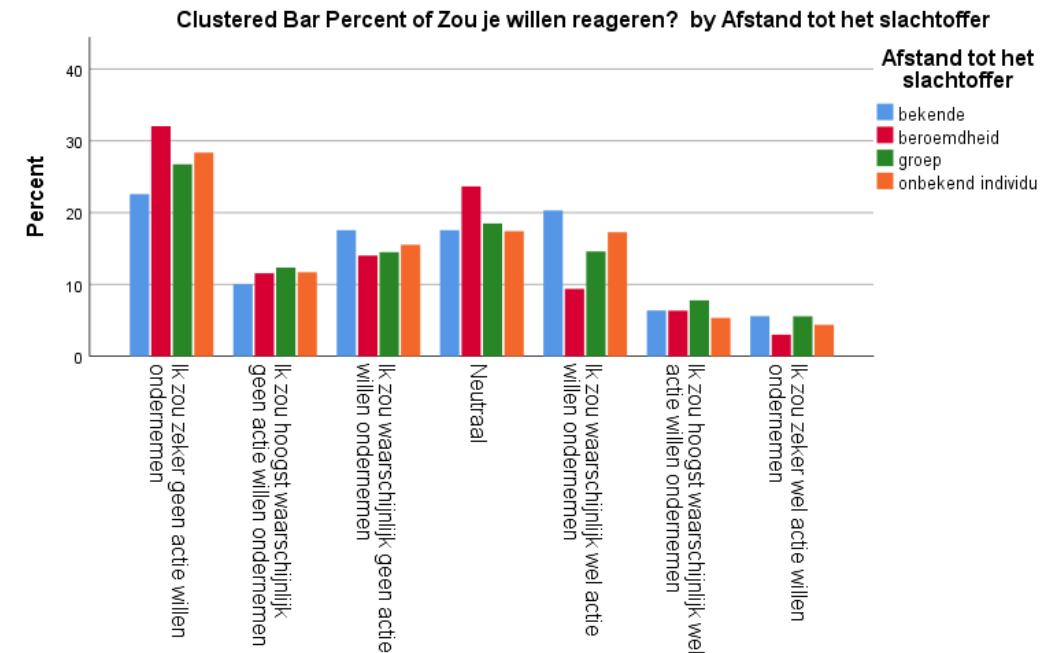
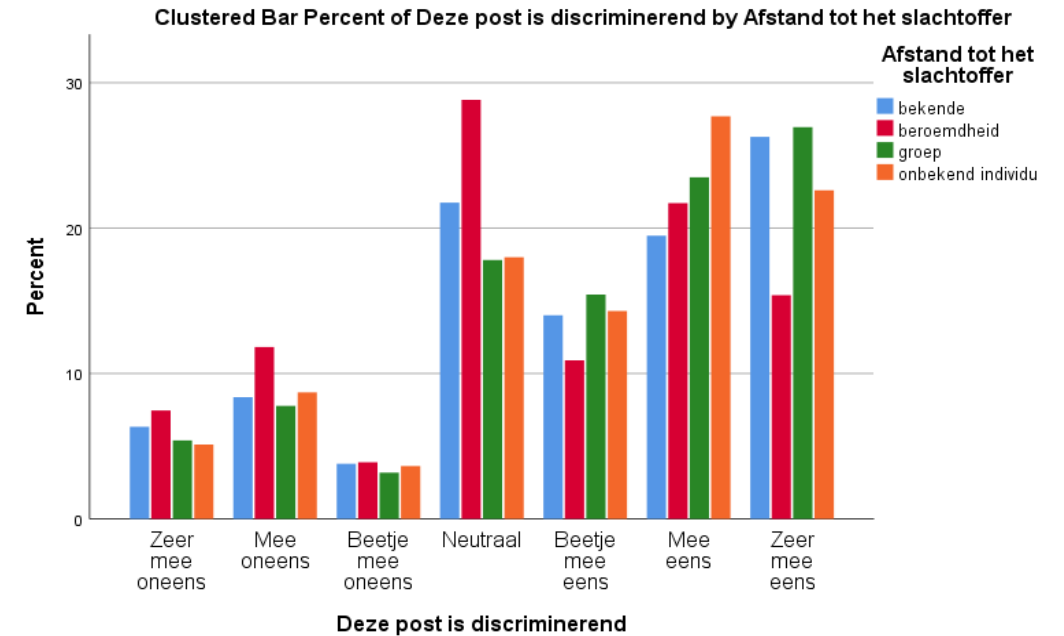
D) Sociale afstand tot slachtoffer

Een van de onderzoekshypothesen was dat ook de sociale afstand tot het *slachtoffer* invloed kan hebben op de waardering van een uiting. We maken een onderscheid tussen de volgende sociale afstanden: a) bekende, b) beroemde, c) groep en d) onbekend individu.

Dit onderscheid levert de volgende inzichten op:

- + Discriminatie van beroemdheden wordt minder snel als discriminatie gezien.
- + Tussen de overige groepen onderling (bekende, groep en onbekend individu) is er geen onderscheid in de waardering of actiebereidheid van respondenten.

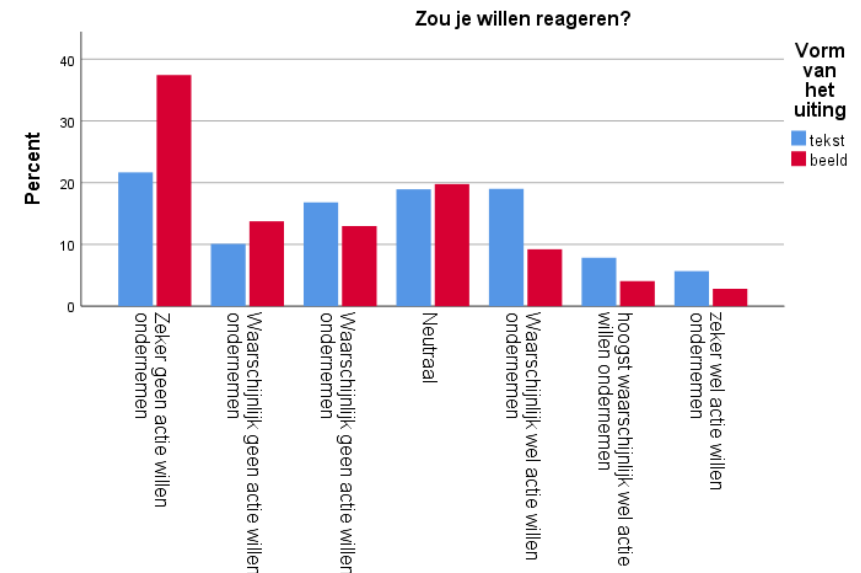
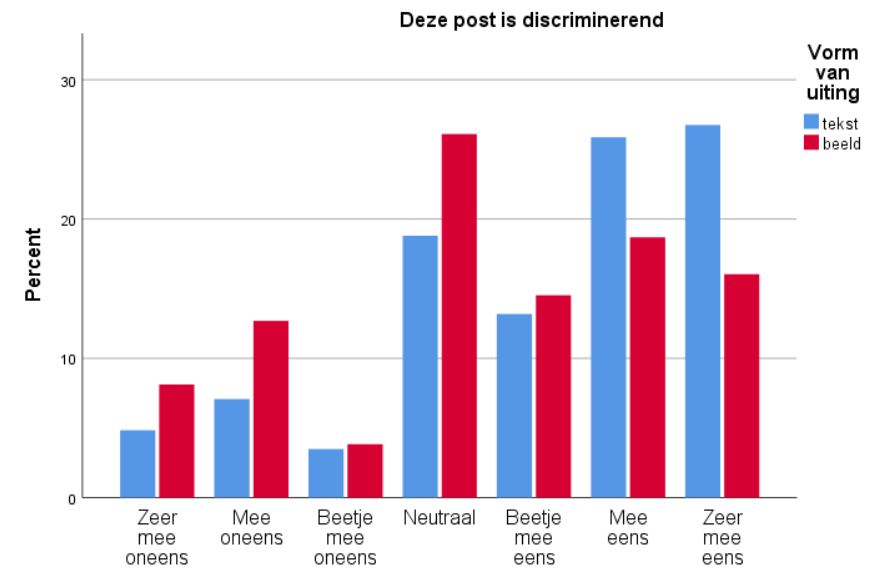
Ook deze resultaten laten zich lastig duiden. Mogelijk zijn respondenten van mening dat gediscrimineerd worden 'erbij hoort' voor mensen met een publiek profiel, of vinden ze het lastiger om zich te identificeren met deze groep.



E) Tekst of beeld

In de vignettenstudie maken we onderscheid tussen uitingen die alleen tekst, of tekst en beeld bevatten. De studie laat zien dat:

- + Discriminerende uitingen die alleen tekst bevatten negatiever worden beoordeeld (minder acceptabel, meer discriminerend, een negatiever gevoel teweeg brengt), dan uitingen die ook beeld bevatten.
- + De actiebereidheid is hoger bij uitingen met alleen tekst, dan uitingen die ook beeld bevatten.



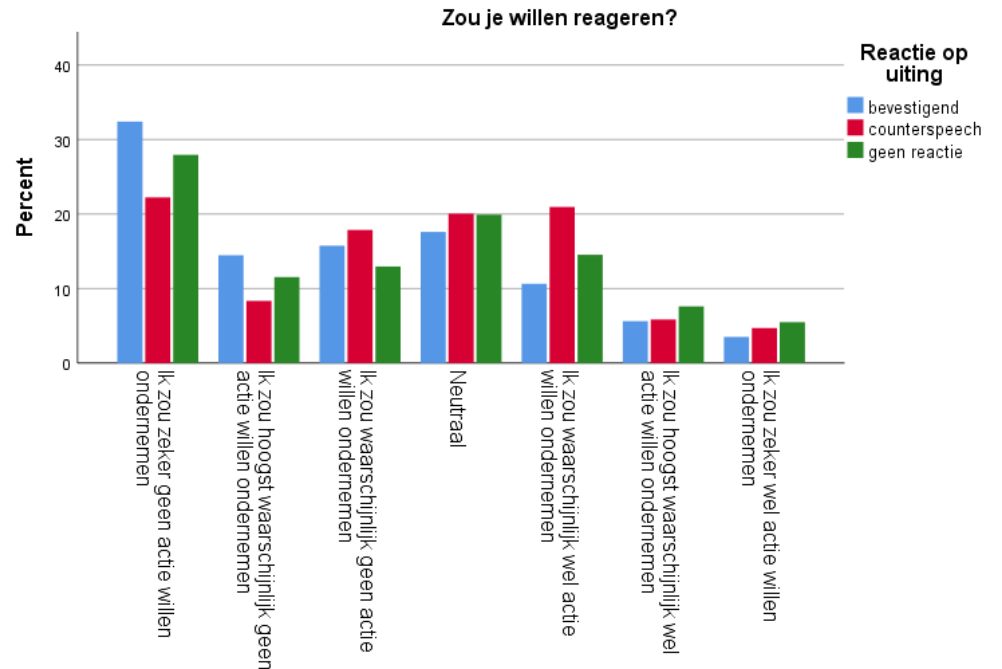
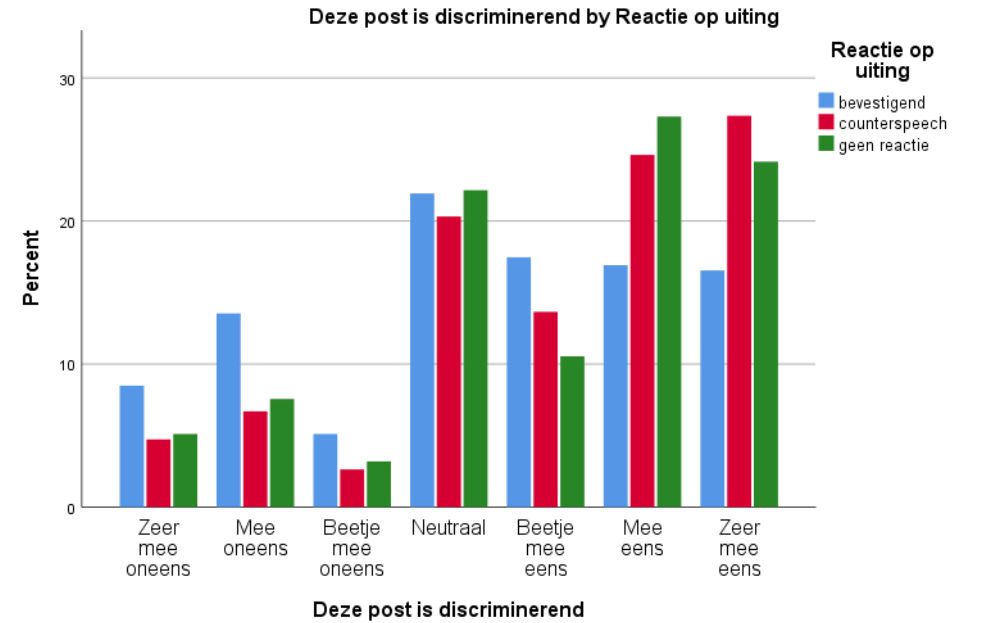
F) Reactie van anderen

In het ontwerpen van de vignetten hebben we onderscheid gemaakt tussen a) uitingen waar niemand op heeft gereageerd, b) uitingen waarop iemand afkeurend reageert en c) uitingen waarop iemand de discriminerende uiting bevestigt.

De studie laat zien dat:

- + Actiebereidheid van respondenten hoger is wanneer iemand anders eerder afkeurend heeft gereageerd op de discriminerende uiting, dan wanneer er niemand nog heeft gereageerd op de uiting.
- + We zien ook dat uitingen waar al afkeurend op is gereageerd eerder als discriminerend worden gezien, dan wanneer dit niet het geval is.
- + Anderzijds worden uitingen waarop alleen bevestigend is gereageerd, minder snel als discriminatie gezien.
- + De aan- of afwezigheid van een afkeurende reactie heeft geen invloed op de intensiteit of de positieve of negatieve gevoelens die een post teweeg brengt.

Deze resultaten laten zien dat het plaatsen van afkeurende reacties een effectieve manier is om de sociale norm over discriminatie te beïnvloeden. Hiermee ondersteunt de analyse het voornemen om die norm te beïnvloeden door omstanders (bystanders) te activeren (upstanders).



G) Platform

In de studie zijn vijf (sociale) mediaplatforms meegenomen:

- + Facebook
- + Twitter
- + Instagram
- + Youtube
- + Nieuwssite (gebaseerd op nu.nl)

In de studie laat verschillende effecten zien wanneer we kijken naar de manier waarop een discriminerende uiting wordt gewaardeerd op verschillende platforms. Bijvoorbeeld in intensiteit, de mate waarin de uiting acceptabel is of als discriminerend wordt gezien.

Het platform heeft geen invloed op handelingsbereidheid van respondenten, wat erop wijst dat de aanpak geen verschillende strategieën hoeft te bevatten voor verschillende online platforms. Wel moet er rekening worden gehouden met de technische beperkingen die platform oplegt, bijvoorbeeld met betrekking tot het gebruik van tekst en beeld.

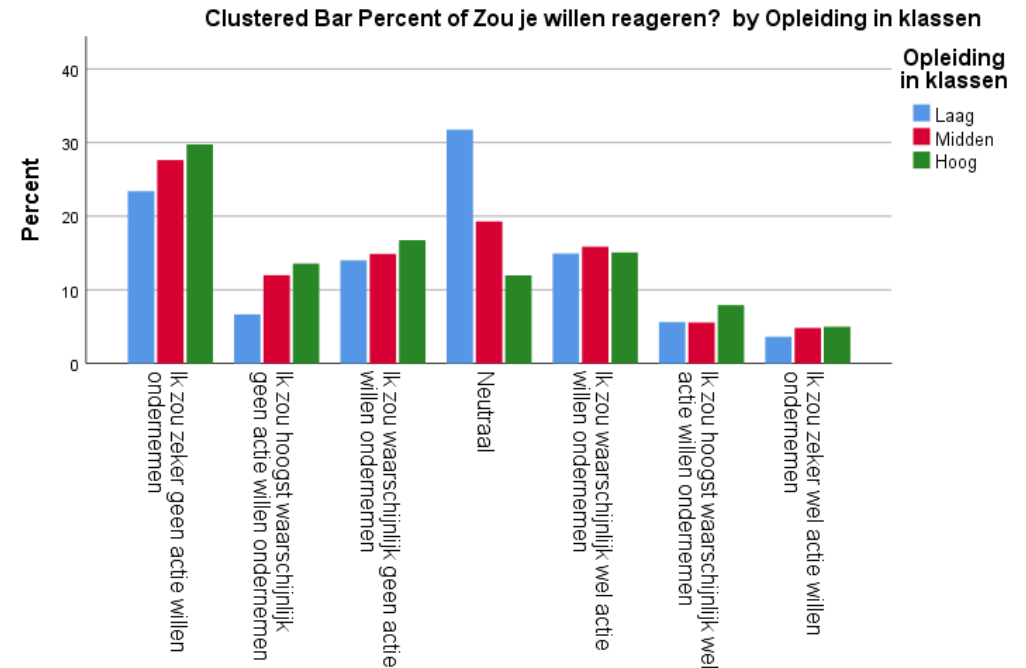
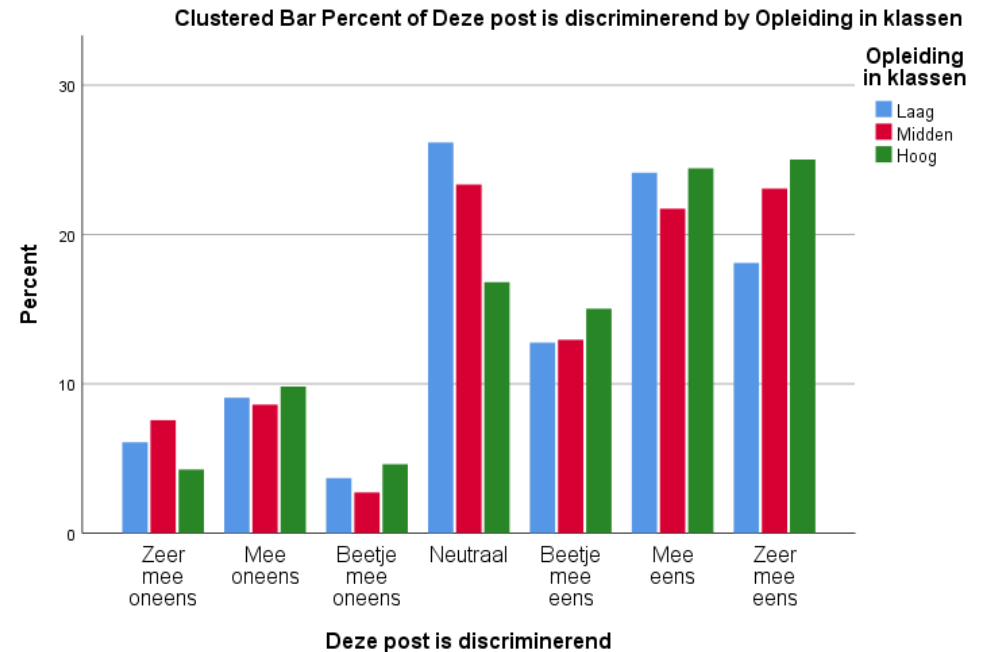
4c. Verschillen tussen groepen



Opleiding

Hiernaast maken we inzichtelijk wat het effect is van het opleidingsniveau van respondenten. De analyse leidt tot een paradoxaal inzicht:

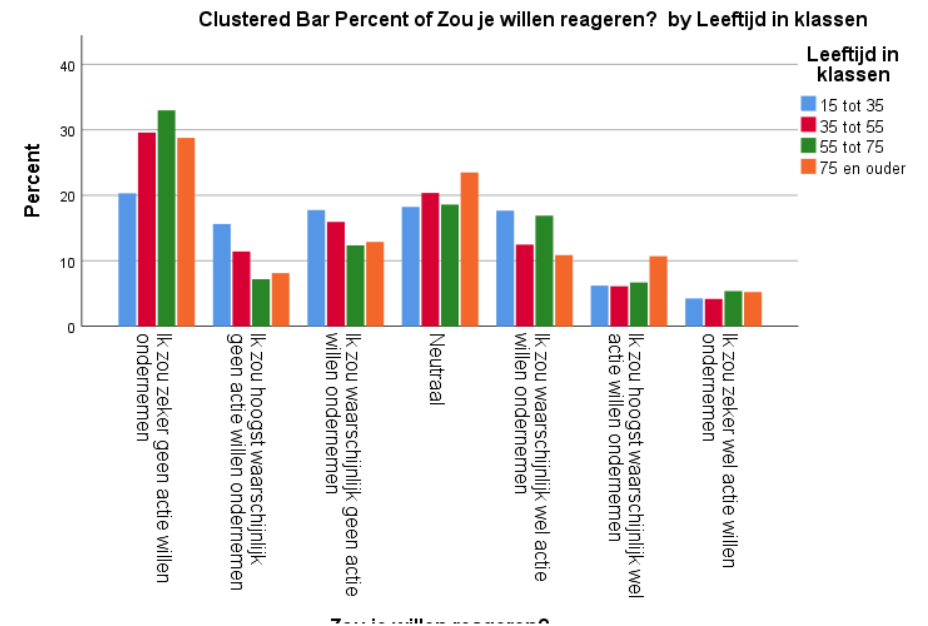
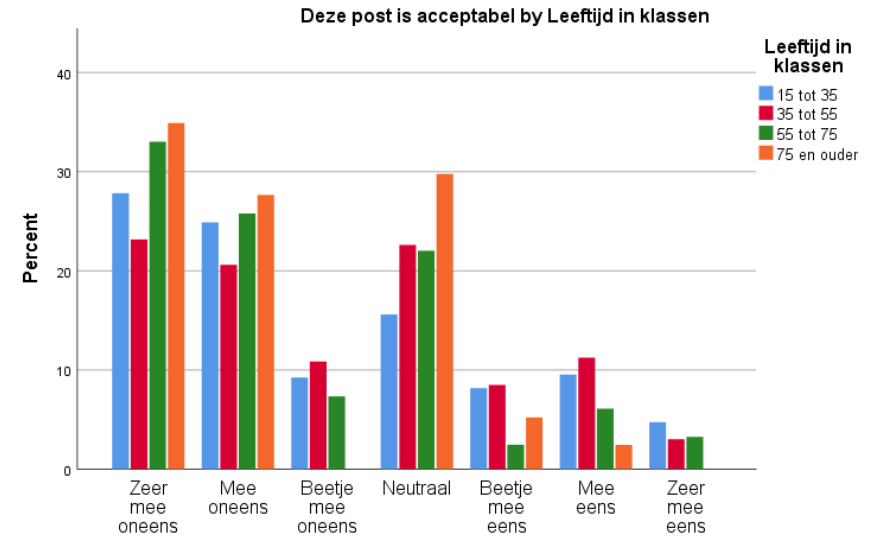
- + Respondenten met een hoger opleidingsniveau waarderen een uiting eerder als discriminerend dan respondenten met een lager opleidingsniveau.
- + Respondenten met een hoger opleidingsniveau hebben echter ook een iets lagere handelingsbereidheid dan respondenten met een lagere opleiding.



Leeftijd

De leeftijd van respondenten heeft effect op de waardering van discriminerende uiting, maar lijkt geen effect te hebben op de handelingsbereidheid van respondenten:

- + Oudere respondenten waarderen een discriminerende uiting eerder als negatief en onacceptabel dan jongere respondenten.
- + Dit vertaalt zich niet in een hogere actiebereidheid van oudere mensen: hierin is er geen verschil verschillende leeftijdsgroepen.



Drijfveren x leeftijd

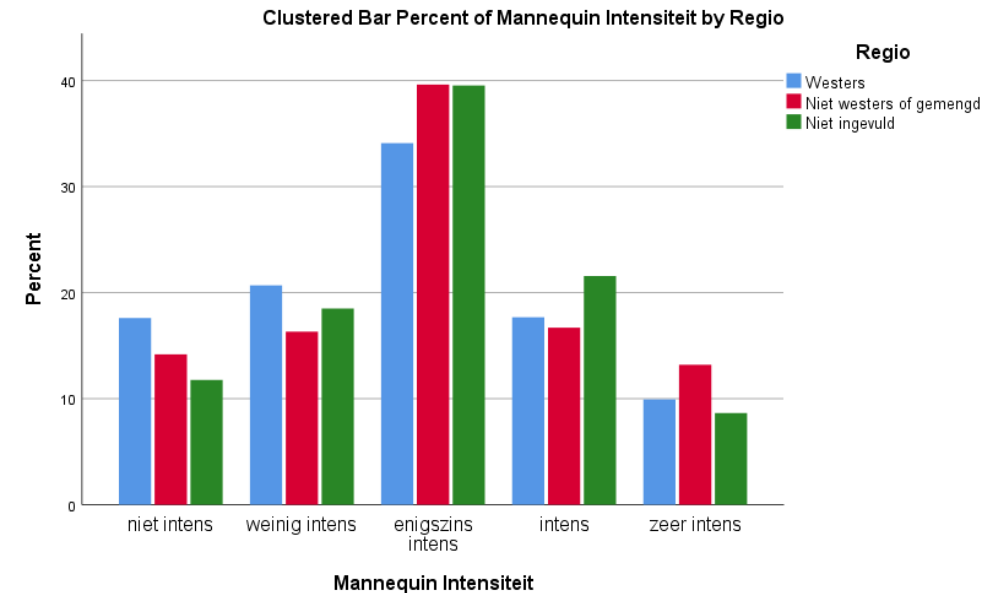
Als we vragen wat respondenten belangrijk vinden in de interventies die ze inzetten tegen discriminatie, valt op dat respondenten het belangrijker vinden dat een actie weinig moeite kost, naar mate ze jonger zijn. Hetzelfde geldt voor het belang dat respondenten hechten aan dat de interventie 'iets teweeg brengt'



Westers / niet westers

We maken een onderscheid tussen respondenten die zich alleen identificeren met de Nederlandse en/of westerse identiteit en respondenten die zich (ook) identificeren met een niet-westerse identiteit.

- + Respondenten die zich (ook) identificeren met een niet-westerse identiteit ervaren de vignetten intenser dan respondenten die alleen een westerse identiteit hebben.
- + Dit onderscheid heeft *alleen* effect op de intensiteit waarmee respondenten een discriminerende uiting ervaren. Er is geen relatie gevonden met actiebereidheid.



Huidskleur en seksuele oriëntatie

In de studie konden respondenten optioneel ook aangeven wat hun huidskleur en seksuele oriëntatie is. Iets meer dan 97 procent van de respondenten heeft dit ook gedaan. De studie laat zien dat huidskleur en seksuele geaardheid geen invloed hebben op de waardering of handelingsbereidheid van respondenten.

5. Conclusie en discussie

Conclusies

De vignettenstudie laat zien dat de eigenschappen van discriminerende uitingen op allerlei manieren invloed hebben op de manier waarop respondenten deze discriminerende uiting waarderen, en in hoeverre ze bereid zijn om over te gaan tot actie. De volgende eigenschappen hebben een sterk effect op de reactie van respondenten:

- + De 'heftigheid'/grofheid van een discriminerende uiting;
- + Of de uiting alleen bestaat uit tekst, of ook beeld bevat;
- + Of er sprake is van discriminatie van vrouwen of van een andere groep;
- + Wat de 'sociale afstand' is de tot de gediscrimineerde persoon of groep;
- + Wat de sociale afstand is tot de persoon die de discriminerende uiting heeft geplaatst.
- + Of iemand anders de discriminerende uiting al heeft afgewezen;

We zien bovendien dat er samenhang is tussen de manier waarop respondenten een uiting *waarderen* en de waarschijnlijkheid dat ze bereid zijn om tot actie over te gaan.

Daarnaast hebben we ook onderzocht in hoeverre persoonlijke eigenschappen van respondenten invloed hebben op deze waardering en handelingsbereidheid. Hier laat het onderzoek zien dat de leeftijd en het al dan niet hebben van een niet-westerse nationaliteit van invloed is op de manier waarop discriminerende uitingen worden beleefd. Deze afwijkende waardering heeft echter in de meeste gevallen geen invloed op de handelingsbereidheid van respondenten.

In deze analyse hebben we alleen directe relaties tussen eigenschappen van de vignetten of persoonskenmerken (onafhankelijke variabelen) en de waardering en handelingsbereidheid van respondenten (afhankelijke variabelen) onderzocht. Verder onderzoek is nodig om meer subtiele effecten in kaart te brengen, waarbij bijvoorbeeld gekeken wordt naar het gecombineerde effect van onafhankelijke variabelen (interactie-effecten), en we op een systematische manier de antwoorden op de open vragen meenemen in de analyse.

Discussie

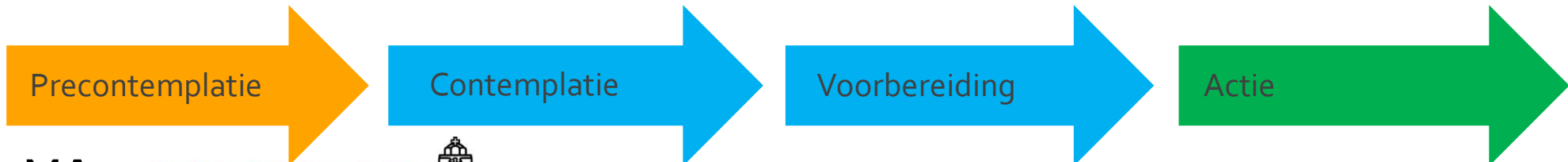
Het onderzoek waar we in deze rapportage verslag van doen dient als basis voor een aanpak om online discriminatie tegen te gaan. Deze aanpak is erop gericht om van *bystanders*, *upstanders* te maken. Dit wil zeggen; de aanpak probeert om mensen die nu niet reageren wanneer ze in aanraking komen met online discriminatie in beweging te krijgen.

De inzichten uit de vignettenstudie bieden een waardevol startpunt voor het ontwikkelen van deze aanpak. Door de resultaten van de studie te plaatsen binnen de zogenoemde 'stages of change' (Prochaska & Velicer, 1998) krijgen we inzicht in de vormen van discriminatie en doelgroepen die relatief makkelijk in beweging zijn te krijgen, of juist niet.

Zo hebben we gezien dat mildere vormen van discriminatie en discriminatie van vrouwen vaak überhaupt niet als discriminatie wordt herkend. Bij deze fenomenen zouden we daarom in kunnen zetten op een aanpak die zich richt op het vergroten van bewustwording onder de doelgroep.

Bij antisemitische uitingen die meer expliciet zijn is de handelingsbereidheid aanzienlijk groter, en is het daarom passend om mensen te stimuleren de laatste stap naar 'actie' te zetten.

Zo begeleiden we mensen in hun bewustwording en handelingsbereidheid, en kunnen ze zich ontwikkelen van *bystander* naar *upstander*.



Bijlagen : statistische tests

Op de komende twee pagina's zijn resultaten van de belangrijkste statistische tests die voor dit onderzoek zijn uitgevoerd terug te vinden.

Om de resultaten te analyseren hebben we een lineaire regressie uitgevoerd, waarbij nominale onafhankelijke variabelen zijn omgezet naar dummyvariabelen.

Op de volgende pagina geven we een overzicht van de resultaten die betrekking hebben op de eigenschappen van de vignetten. Op de tweede pagina zijn de effecten van demografische eigenschappen terug te vinden. Alle resultaten die duiden op een statistisch significant effect ($P < 0,05$) zijn groen gemarkeerd.

Tests vigneteigenschappen

	Mannequin Negatief - positief			Mannequin intensiteit			Deze uiting is discriminerend			Deze uiting is acceptabel			Actiebereidheid: zou je willen reageren?			Proxyvariabele "Opwinding"		
	Standardized Beta	t	Sig	Standardized Beta	t	Sig	Standardized Beta	t	Sig	Standardized Beta	t	Sig	Standardized Beta	t	Sig	Standardized Beta	t	Sig
Heftig / minder heftige discriminatie (1 = heftig)	-0,171	-6,459	0,000	0,132	4,608	0,000	-0,216	-8,216	0,000	0,258	9,555	0,000	0,070	2,564	0,010	0,255	9,873	0,000
Discriminatie van homo's t.o.v. moslims	0,580	-0,015	0,597	0,744	-0,009	0,701	0,942	-0,002	0,600	0,886	-0,004	0,533	0,344	0,026	0,599	0,641	0,013	0,567
Discriminatie van joden t.o.v. moslims	0,797	-0,007	0,890	0,914	-0,003	0,857	0,286	-0,029	0,778	-0,098	-3,613	0,000	0,189	0,036	0,893	0,629	-0,013	0,770
Discriminatie van vrouwen t.o.v. moslims	0,134	5,098	0,000	0,246	-0,031	0,723	0,073	2,434	0,015	-0,184	-6,284	0,000	-0,115	-4,266	0,000	-0,120	-4,006	0,000
Dicriminatie van zwarte mensen t.o.v. moslims	0,848	-0,005	0,762	0,234	0,032	0,777	0,322	0,027	0,599	0,541	0,017	0,533	0,115	-0,043	0,795	0,896	0,004	0,639
Dader is familielid of vriendin t.o.v. onbekende	0,077	0,048	0,619	-0,136	-4,797	0,000	0,138	3,740	0,000	0,194	-0,035	0,429	0,108	-0,043	0,646	-0,133	-4,049	0,000
Dader is kennis of bekende t.o.v. onbekende	-0,127	-4,714	0,000	0,198	0,035	0,717	-0,103	-3,559	0,000	0,145	5,609	0,000	0,079	2,964	0,003	0,117	4,231	0,000
Slachtoffer is bekende t.o.v. beroemdheid	0,626	0,013	0,926	0,070	2,051	0,040	0,572	-0,015	0,533	0,086	2,419	0,016	0,248	0,031	0,853	0,089	2,565	0,010
Slachtoffer is groep t.o.v. beroemdheid	0,571	-0,015	0,948	0,135	4,077	0,000	-0,056	-1,998	0,046	0,234	7,300	0,000	0,139	0,040	0,951	0,183	5,808	0,000
Slachtoffer is onbekend individu t.o.v. beroemdheid	0,311	-0,027	0,950	0,138	4,193	0,000	-0,083	-2,740	0,006	0,158	4,782	0,000	0,757	0,008	0,951	0,151	4,744	0,000
Platform is Instagram t.o.v. nieuwssite	0,919	-0,003	0,748	0,679	-0,011	0,782	-0,151	-4,815	0,000	0,072	2,552	0,011	0,403	0,023	0,912	0,102	3,829	0,000
Platform is Youtube t.o.v. nieuwssite	0,099	3,553	0,000	-0,116	-4,022	0,000	0,455	0,020	0,696	0,273	-0,030	0,690	0,188	-0,036	0,850	-0,085	-3,131	0,002
Platform is Twitter t.o.v. nieuwssite	0,110	3,947	0,000	0,834	-0,006	0,803	0,711	-0,010	0,508	0,131	0,041	0,512	0,127	0,041	0,878	0,929	-0,002	0,639
Platform is Facebook t.o.v. nieuwssite	0,995	0,000	0,792	0,728	0,009	0,818	-0,106	-3,427	0,001	-0,070	-2,487	0,013	0,563	-0,016	0,884	0,181	0,036	0,575
Discriminatie in tekst vs tekst en beeld	-0,182	-6,371	0,000	0,148	5,024	0,000	-0,214	-6,758	0,000	0,099	3,235	0,001	0,192	7,047	0,000	0,257	9,248	0,000
Bevestigende reactie t.o.v. geen reactie	0,535	0,017	0,701	0,480	-0,019	0,758	0,082	2,797	0,005	-0,070	-2,107	0,035	0,690	0,011	0,621	-0,082	-2,459	0,014
Afwijzende reactie t.o.v. geen reactie	0,156	-0,038	0,974	0,401	0,023	0,858	0,932	-0,002	0,741	0,081	2,689	0,007	0,078	2,952	0,003	0,055	1,878	0,061

Tests demografische eigenschappen

	Mannequin Negatief - positief			Mannequin intensiteit			Deze uiting is discriminerend			Deze uiting is acceptabel			Actiebereidheid: zou je willen		
	Standardized Beta	t	Sig	Standardized Beta	t	Sig	Standardized Beta	t	Sig	Standardized Beta	t	Sig	Standardized Beta	t	Sig
Huidskleur	0,082	0,047	0,933	0,749	0,009	0,924	0,631	-0,013	0,971	-0,078	-3,196	0,001	0,132	0,041	0,993
Geslacht	-0,076	-2,988	0,003	0,070	2,680	0,007	-0,097	-3,911	0,000	0,132	5,434	0,000	0,288	0,029	0,997
Seksuele oriëntatie	0,895	-0,004	0,985	0,942	0,002	0,983	0,856	-0,005	0,984	0,053	2,210	0,027	0,115	0,043	0,997
Westers / niet-westers	0,084	3,339	0,001	0,350	0,025	0,829	0,620	0,013	0,990	0,530	0,017	0,937	0,062	0,050	0,998
Leeftijd	-0,142	-5,659	0,000	0,152	6,037	0,000	0,924	0,002	0,990	-0,087	-3,378	0,001	0,319	-0,025	0,990
Opleiding	-0,140	-5,553	0,000	0,578	0,014	0,990	0,058	2,270	0,023	-0,061	-2,367	0,018	-0,051	-1,990	0,047