



---

## VERWYSINGS

---

*A relaxing read.* 2001. *Marketing Mix*, 19(11):40.

Accone, D. 2005. Standing its ground! Afrikaans renaissance. *MFSA Journal of Marketing*, 11(3):34-38.

'Afrikaans hét toekoms in SA'. 2007. Bylae by *Die Burger* (Oos-Kaap), 18 Mei.

*Afrikaans is alive and waiting.* 2001. *Adfocus*: Bylaag tot *Financial Mail*, 18 Mei:52-56.

Afrikaanse koopkrag verlang moedertaalreklame. 2001. *Finansies & Tegniek*, 27 April:20-21.

Ajzen, I & Fishbein, M. 1980. *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Alant, J. 2007. Oor bemagtiging, taal en die Afrikaans-debat in die Coca-Cola-demokrasie. *Litnet Akademies*, 4(Mei). [Aanlyn] Beskikbaar by: [http://www.litnet.co.za/cgi-bin/giga.cgi?cmd=cause\\_dir\\_news\\_item&cause\\_id=1270&news\\_id=18936&cat\\_id=201](http://www.litnet.co.za/cgi-bin/giga.cgi?cmd=cause_dir_news_item&cause_id=1270&news_id=18936&cat_id=201) [Afgelaai: 2007-12-13].

Albonetti, J.G. & Dominguez, L.V. 1989. Major Influences on Consumer-Goods Marketer's Decision to Target U.S. Hispanics. *Journal of Advertising Research*, 29(1):9-21.

*All Media Product Survey* (AMPS). 2007. Datastel: Inkomste by taal. [Ontvang via e-pos van:] Van Aardt, C. (vaardcj@unisa.ac.za) 4 Maart 2008.



Babbie, E. & Mouton, J. 2001. *The practice of social research*. Kaapstad: Oxford University.

Baron, R.A., Byrne, D. & Branscombe, N.R. 2006. *Social Psychology*. 11de uitg. Boston: Pearson Education.

Bearden, W.O., Ingram, T.N. & LaForge, R.W. 2007. *Marketing: Principles and Perspectives*. 5de uitg. New York: McGraw-Hill.

Bell, A. 1991. Audience accommodation in the mass media. In: Giles, H., Coupland, N. & Coupland, J. 1991. *Contexts of Accommodation: Developments in applied sociolinguistics*. Cambridge: Cambridge University.

Bellenger, D.N. & Valencia, H. 1982. Understanding the Hispanic Market. *Business Horizons*, 25(3):47-50.

Bester, C.C. & Hattingh, L. 2006. *Mother tongue marketing communication: A focus group analysis amongst young Afrikaans speaking adult consumers in Pretoria*. Ongepubliseerde honneursskripsie. Pretoria: Universiteit van Pretoria.

Bezuidenhout, R. 2007. Leivore in 'n droë Afrikaanse landskap. *Rapport* (Perspektief-bylaag), 21 Januarie.

Bolton, R. 1986. *People skills: How to assert yourself, listen to others, and resolve conflicts*. New York: Touchstone.

Bornman, E. 2004. In: Prinsloo, K. (red). *NTLA en voorsettingskomitee verslag oor aanbevelings en voorstelle tydens die Afrikaanse Taalberaad, 25-27 Augustus*. Pretoria, Nasionale Taalliggaam vir Afrikaans.



Bosch, B. & Du Plessis, W. 1997. Liegfabriek: Tekslinguistiese bindingspatrone. *Literator*, 18(2):51-66.

Boshoff, C. 2003. Services marketing decision-making. In: Du Plessis, P.J. & Rousseau, G.G. 2003. *Buyer Behaviour: A multi-cultural approach*. 3de uitg. Kaapstad: Oxford University.

Botha, A. 2004. Afrikaans in die sakewêreld. In: Prinsloo, K. (red). *NTLA en voorsettingskomitee verslag oor aanbevelings en voorstelle tydens die Afrikaanse Taalberaad, 25-27 Augustus*. Pretoria, Nasionale Taalliggaam vir Afrikaans.

Bothma, N. 2003. Advertising. In: Bothma, N., Cook, G., Du Plessis, F., Jordaan, Y. & Van Heerden, N. (reds.) *Integrated Marketing Communication*. (New Africa Marketing Series). Claremont, Suid-Afrika: New Africa.

Brand, G. 2004. Leemtes en behoeftes met betrekking tot Afrikaans. In: Prinsloo, K. (red.) *Taaloudit oor Afrikaanse taalprojekte, verenigings en energieë*. Verslag aangebied by die Afrikaanse Taalberaad, Stellenbosch, 25-27 Augustus:87-98.

Brown, R., Condor, S., Mathews, A., Wade, G. & Williams, J. 1986. Explaining intergroup differentiation in an industrial organization. *Journal of Occupational Psychology*, 59:273-286.

Brown, S. 2004. A new portrait of Hispanic Consumers. *Adweek*, 45(19):10.

Buys, F. 2004a. Daar's weer lewe ná tien jaar. *Rapport*, 20 November. [Aanlyn] Besikbaar by: [http://www.news24.com/Rapport/Standpunte/0,7718,752-823\\_1624271,00.html](http://www.news24.com/Rapport/Standpunte/0,7718,752-823_1624271,00.html) [Afgelaai: 2007-10-03].



Buys, F. 2004b. In: Prinsloo, K. (red). *NTLA en voorsettingskomitee verslag oor aanbevelings en voorstelle tydens die Afrikaanse Taalberaad, 25-27 Augustus*. Pretoria, Nasionale Taalliggaam vir Afrikaans.

Callow, M. & McDonald, C.G. 2005. The 'Spanglification' of Advertising Campaigns in Hispanic Media? A Comparison of Approaches in Spanish-only and Dual Language Magazines. *Journal of Marketing Communications*, 11(4):283-295.

Cant, M.C. 2004. *Essentials of Marketing*. 2de uitg. Lansdowne, Suid-Afrika: Juta.

Cant, M.C., Brink, A. & Brijball, S. 2002. *Customer behaviour – A South-African Perspective*. Kaapstad: Juta.

Cant, M.C., Brink, A. & Brijball, S. 2006. *Consumer Behaviour*. Kaapstad: Juta.

Carstens, S. 2007a. G'n Afrikaans hier, sê regter. *Rapport*, 13 Mei:9.

Carstens, S. 2007b. Sielkundige wil RGB hof toe vat oor Afrikaans. *Rapport*, 14 Januarie:7.

Carstens, W.A.M. 2001. Die taalbewegingsdebat in perspektief – ou wyn in 'n nuwe vat. In: Carstens, A. & Grebe, H. *Taallandskap: Huldigingsbundel vir Christo van Rensburg*. Pretoria: Van Schaik.

Carstens, W.A.M. 2004. *Afrikaans – tien jaar later (1994-2004)*. Referaat gelewer tydens simposium van SA Akademie vir Wetenskap en Kuns, Potchefstroom, 25 Junie:1-20.



Carstens, W.A.M. 2006. Die breë debat (1994-2005) oor die toekoms van Afrikaans: Enkele temas en inisiatiewe. *Tydskrif vir Geesteswetenskappe (Supplement – Moedertaalonderrig)*, 46(2):12-36.

Churchill, G. A. & Peter, J.P. 1984. Research Design Effects on the Reliability of Rating Scales: A Meta-Analysis. *Journal of Marketing Research*, 21(November):360-375.

Churchill, G.A. & Iacobucci, D. 2002. *Marketing Research: Methodological Foundations*. 8ste uitg. Fort Worth: Harcourt College.

Churchill, G.A. 2001. *Basic Marketing Research*. 4de uitg. Ohio: Thomson South-Western.

Claassen, C. 2007. 'Gebruik enige landstaal'. *Tshwane-Beeld*, 29 Augustus:2.

Cloete, E. 1992. Afrikaner Identity: Culture, tradition and gender. *Agenda*, (13):42-57.

Coertze. 2000. Intercultural communication and anthropology. *South African Journal of Ethnology*, 23(2&3):116-135.

Connett, B. 2004. The Integrated Marketing Communication Mix. In: Koekemoer, L. (red.) *Marketing Communications*. Lansdowne, Kaapstad: Juta.

Cooper, D.R. & Schindler, P.S. 2006. *Business Research Methods*. 9de uitg. New York: McGraw-Hill.

Dawie. 2004. Kanaliseer geesdrif vir Afrikaans na praktyk. (Rubriekskrywer). *Die Burger (Oos-Kaap)*, 28 Augustus.



Dawie. 2007a. Polisie moet tale van gemeenskap eerbiedig. (Rubriekskrywer). *Die Burger* (Oos-Kaap), 27 Januarie:18.

Dawie. 2007b. Ontlont die debat oor nuwe plekname só. (Rubriekskrywer). *Die Burger* (Oos-Kaap), 2 Junie:18.

De Kadt, E. 1996. Language and Apartheid: The Power of Minorities. *Alternation*, 3(3):184-194.

De Klerk, V. & Bosch, B. 1998. Afrikaans to English: A case study of language shift. *Suid-Afrikaanse Tydskrif vir Taalkunde*, 16(2):43-51.

De Matos, C.A., Ituassu, C.T. & Rossi, C.A.V. 2007. Consumer attitudes toward counterfeits: A review and extension. *Journal of Consumer Marketing*, 24(1):36-47.

De Mooij, M. 2004. *Consumer Behavior and Culture: Consequences for Global Marketing and Advertising*. California: SAGE.

De Villiers, F. 2005. Speak their language literally en jou bek sal jam kry! *Marketing Mix*, 23(7):43.

De Vries, A. 2004. Onderrig in moedertaal geknou. *Rapport*, 10 Oktober:3.

De Vries, A. 2007a. Dís mos taalmoord. *Rapport* (Perspektief-bylaag), 3 Junie.

De Vries, A. 2007b. Neo-voortrekkervrou. *Insig*, Mei:52-55.

De Wet, H. 2004. Die Afrikaanse kultuurstryd as gevolgde model vir die bevrydingsbewegings van Suid-Afrika. In: Van Rensburg, F.I.J. (red.) *Afrikaans – lewende taal van miljoene*. Pretoria: Van Schaik.



DeFleur, M.L. & Dennis, E.E. 1998. *Understanding mass communication*. 6de uitg. Boston: Houghton Mifflin.

Diamantopoulos, A. & Schlegelmilch, B.B. 2000. *Taking the Fear Out of Data Analysis*. London: Thomson Learning.

Dié faktore tel in Afrikaans se guns. 2006. *Ons Stad*, 17 Augustus:3.

Die groot trek vorentoe. 1999. *De Kat*, 15(2):28-29.

Driedger, L. 1976. Ethnic Self-identity: A comparison on Ingroup Evaluations. *Sociometry*, 39(2):131-141.

Du Plessis, F. 2003a. Introduction to Integrated Marketing Communication. In: Bothma, N., Cook, G., Du Plessis, F., Jordaan, Y. & Van Heerden, N. (reds.) *Integrated Marketing Communication*. (New Africa Marketing Series). Claremont, Suid-Afrika: New Africa.

Du Plessis, F. 2003b. Preamble. In: Bothma, N., Cook, G., Du Plessis, F., Jordaan, Y. & Van Heerden, N. (reds.) *Integrated Marketing Communication*. (New Africa Marketing Series). Claremont, Suid-Afrika: New Africa.

Du Plessis, H. 1997. Bou die huis oor. *Insig*, September:15-16.

Du Plessis, H. 2000a. Toi jou toi in Afrikaans. *Die Taalgenoot*, 69(8&9):22.

Du Plessis, P. 2004a. Afrikaans as reklametaal. In: Van Rensburg, F.I.J. (red.) *Afrikaans – lewende taal van miljoene*. Pretoria: Van Schaik.



Du Plessis, T. 2000b. South Africa: From two to eleven official languages. In: Deprez, K. & Du Plessis, T. (reds) *Multilingualism and government. Studies in language policy in South Africa*. Pretoria: Van Schaik.

Du Plessis, T. 2004b. Dinge begin roer op die taalakker. *Rapport*, 11 Julie:20.

Du Plessis, T. 2004c. Afrikaans in die media. In: Prinsloo, K. (red.) *NTLA en voorsettingskomiteeverslag oor aanbevelings en voorstelle tydens die Afrikaanse Taalberaad, 25-27 Augustus*. Pretoria: Nasionale Taalliggaam vir Afrikaans (NTLA).

Du Plessis, T. 2004d. (Geen titel aangegee). Voordrag aangebied by die Afrikaanse Taalberaad, Stellenbosch, 25-27 Augustus:1-3.

Du Plessis, T. 2007. Verloor-verloor (Hoofartikel). *Rapport*, 2 September:16.

Du Plessis, F. & Rousseau, G. 2003. *Buyer Behaviour: A multi-cultural approach*. 3de uitg. Kaapstad: Oxford University.

Du Toit, K. 2002. Taaldiversiteit in 'n geglobaliseerde samelewing. [Aanlyn] Besikbaar by: <http://www.litnet.co.za/taaldebat/dutoit.asp> [Afgelaai: 2006-05-10].

Du Toit, K. 2004a. Afrikaans en die Suid-Afrikaanse uitsaaiwese. In: Van Rensburg, F.I.J. (red.) *Afrikaans, lewende taal van miljoene*. Pretoria: Van Schaik.

Du Toit, K. 2004b. Status, funksies van tale belangrik (Lesersbrief). *Die Burger* (Oos-Kaap), 14 Julie.





Du Toit, K. ([koosdutoit@absamail.co.za](mailto:koosdutoit@absamail.co.za)) 2006. *Afrikaans en meertaligheid op televisie*. [E-pos aan:] Slippers, J.Y. ([bjslippers@absamail.co.za](mailto:bjslippers@absamail.co.za)) 20 Mei 2006.

Du Toit, K. 2007a. Wanpersepsies knou taaldebat (Lesersbrief). *Die Burger* (Oos-Kaap), 10 Augustus.

Du Toit, Z.B. 2000. *Die Afrikaner in 'n oorlewingskrisis: 'n Nuwe uitdaging aan sy werklikheidsbegrip*. Lesing aangebied by Sabra se vyf en twintigste HF Verwoerd-gedenklesing, Orania, 8 September.

Du Toit, Z.B. 2005. Akademie kap US se 'verengels'-besluit. *Rapport*, 25 September:2.

Du Toit, Z.B. 2007b. Afrikaans kort beskerming. *Rapport*, 27 Mei:18.

Eloff, T. 2007. *Is daar 'n "nuwe Afrikaner" vir die "nuwe Suid-Afrika"?* Lesing aangebied by die FAK-Prestigeaand, Potchefstroom, 21 September. [Ontvang via e-pos van:] Marais, S. ([sarieM@fak.org.za](mailto:sarieM@fak.org.za)) 28 September 2007.

Engel, J.F., Blackwell, R.D. & Miniard, P.W. 1995. *Consumer Behavior*. Internasionale uitg. Florida: Dryden.

Erasmus, A. 1990. Verbruikersbesluitneming ten opsigte van huishoudelike toerusting. *Journal of Dietetics and Home Economics*, 18(1):19-23.

Erasmus, P. 2003. Taal en die magsdinamika van die Afrikaner: 'n Antropologiese perspektief. *Acta Academica Supplementum*, (2):83-103.



Erasmus, A.C., Boshoff, E. & Rousseau, G.G. 2001. Consumer decision-making models within the discipline of consumer science: A critical approach. *Journal of Family Ecology and Consumer Sciences*, 29:82-90.

Esterhuyse, W.P. 1998. Handhawing van ons moedertaal. In: Geysers, O., Swart, M.J. & Kapp, P.H. (reds.) *Keur uit Handhaaf: 'n Keur uit die artikels wat in Handhaaf verskyn het*. Bloemfontein: Federasie van Afrikaanse Kultuurverenigings.

Fill, C. 2001. Essentially a Matter of Consistency: Integrated Marketing Communications. *The Marketing Review*, 1:409-425.

Foxall, G. 1990. *Consumer psychology in behavioural perspective*. New York: Routledge.

Fredericks, I. 2007. FW-stigting dalk hof toe oor taaltwis met polisie. *Die Burger* (Oos-Kaap), 25 Januarie:1.

Gaum, F. 2007. Nuwe brugbou-organisasie nodig vir 'Afrikaanses.com'. *Rapport*, 14 Januarie:15.

Gericke, M. 2006. Afrikaans speel tweede viool. *Ons Stad*, 17 Augustus:2.

Gerritsen, M., Korzilius, H., Van Meurs, F. & Gijsbers, I. 2000. English in Dutch Commercials: Not Understood and Not Appreciated. *Journal of Advertising Research*, 40(4):17-31.

Giles, H. & Coupland, N. 1991. *Language: Contexts and Consequences. Mapping Social Psychology Series*. Pacific Grove, California: Brooks/Cole.



Giles, H., Coupland, N. & Coupland, J. 1991. *Contexts of Accommodation: Developments in applied sociolinguistics*. Cambridge: Cambridge University.

Giles, H., Taylor, D.M. & Bourhis, R. 1973. Towards a theory of interpersonal accommodation through language: Some Canadian data. *Language in Society*, 2(1):177-192.

Giliomee, H. 1992. Broedertwis: Intra-Afrikaner conflicts in the transition from Apartheid. *African Affairs*, 91(364):339-364.

Giliomee, H. 2001. *Die Taal- en Kulturele Uitdagings van die Historiese Afrikaanse Universiteite in Suid-Afrika*. Lesing aangebied by die FAK/D.F. Malherbe-Lesing, Bloemfontein, 9 April:1-26.

Giliomee, H. 2004. Noodsaak vir gedeelde Afrikaanse geskiedenis. *Burger* (Oos-Kaap), 14 April.

Giliomee, H. 2005. 'n Algemeen geldende basis vir Afrikaans? *Tydskrif vir Geesteswetenskappe*, 45(2):276-282.

Giliomee, H. 2007. Duidelike keuses vir US en sy nuwe rektor (Donderdag aktueel). *Die Burger* (Oos-Kaap), 25 Januarie:12.

Giliomee, H. & Mbenga, B. 2007. *Nuwe Geskiedenis van Suid-Afrika*. Kaapstad: Tafelberg.

Giliomee, H. & Schlemmer, L. 2001. *Kruispad – Die toekoms van Afrikaans as openbare taal*. Kaapstad: Tafelberg.

Glees, A. 1986. Looking into Europe. *The Linguist*, 25(4) 25:177-181.



Goosen, D. & Rossouw, J. 2007. 'n Afrikaanse 'ons' om taal te laat gedy. *Rapport*, 12 Augustus:21.

Gouws, T. 1996. Post modern identity: History, language and cultural *différence* or: The true colours of the rainbow nation. *New Contree*, (40):13-25.

Griffin, A. 2003. Marketing's Role in New Product Development and Product Decisions. In: Hoffman, K.D., Czinkota, M.R., Dickson, P.R., Dunne, P., Griffin, A. & Hutt, M.D. *Marketing: Best Practices*. 2de uitg. Mason: Thomson South-Western.

Grüber, U. 1976. A New Approach to Translation. In: Dillon, J. (red.) *Handbook on International Direct Marketing*. Maidenhead, Engeland: McGraw-Hill.

Hair, J., Anderson, R., Tatham, R. & Black, W. 1998. *Multivariate data analysis*. 5de uitg. Prentice Hall. USA.

Hair, J.F., Bush, R.P. & Ortinau, D.J. 2000. *Marketing Research: A Practical Approach for the New Millennium*. Boston: Irwin McGraw-Hill.

Hall, B.J. 2002. *Among Cultures: The challenge of communication*. Orlando: Harcourt College.

Hartley, B. & Pickton, D. 1999. Integrated marketing communications requires a new way of thinking. *Journal of Marketing Communications*, 5:97–106.

Hawkins, D.I., Best, R.J. & Coney, K.A. 2001. *Consumer Behaviour, Building Marketing Strategy*. 8ste uitg. *The Irwin/McGraw-Hill series in marketing*. Boston: McGraw-Hill.



Herzberg, F., Mausner, B. & Snyderman, B. 1959. *The motivation to work*. 2de uitg. New York: John Wiley & Sons.

Hispanic lingo linked to shopping behavior. 2000. *MarketWatch: Prepared Foods*, 169(6):29.

Hoffman, K.D. & Bateson, J.E.G. 2002. *Essentials of services marketing: Concepts, strategies and cases*. 2de uitg. Orlando: Hartcourt College.

Hoffman, K.D., Czinkota, M.R., Dickson, P.R., Dunne, P. Griffin, A. & Hutt, M.D. 2003. *Marketing: Best Practices*. 2de uitg. Mason, Ohio: Thomson South-Western.

Hofstede, G. 2001. *Culture's Consequences*. Beverley Hills: SAGE

Holbrook, M.B. & Schindler, R.M. 1991. Echoes of the Dear Departed Past: Some Work in Progress on Nostalgia. *Advances in Consumer Research*, Vol. 18(1):330-333.

Holden, N.J. 1989. Toward a Functional Typology of Languages of International Business. *Language Problems and Language Planning*, 13(1):1-8.

Huntington, S.P. 1996. *The clash of civilizations and the remaking of world order*. New York: Simon & Schuster.

Huysamen, G.K. 1988. *Inferensiële Statistiek en Navorsingsontwerp – 'n Inleiding*. Kaapstad: Academica.

In watter taal leer jy jou kind? 2001. *Insig*, September: 38-41.



Janse van Rensburg, N. 2007. Taalbeleid geïgnoreer (Lesersbrief). *Die Burger* (Oos-Kaap), 29 Januarie:8.

Jones, E., Gallois, C., Callan, V. & Barker, M. 1999. Strategies of Accommodation: Development of a Coding System for Conversational Interaction. *Journal of Language and Social Psychology*, 18(2):123-152.

Jordaan, Y. & Prinsloo, M. 2001. *Grasping services marketing*. Pretoria: GrapevineNews.

Jou taal het koopkrag – 'n klein groepie met 'n reuse impak. *Nuusbrief van die Suid Afrikaanse Akademie vir Wetenskap en Kuns*, 43(3&4):3-4.

Kasper, H., Van Helsdingen, P. & Gabbott, M. 2006. *Services Marketing Management*. 2de uitg. West Sussex: John Wiley.

Katz, D. 1960. The Functional Approach to the Study of Attitudes. *Public Opinion Quarterly*, 24(2):163-204.

Kaufman-Scarborough, C. 2000. Asian-American consumers as a unique market segment: Fact or fallacy? *Journal of Consumer Marketing*, 17(3):249-262.

Keller, K. 2001. Mastering the Marketing Communications Mix: Micro and Macro Perspectives on Integrated Marketing Communication Programs. *Journal of Marketing Management*, 17:819-847.

King, T. 2001. *Die Afrikaanse gemeenskap se standpunt oor universiteite: Wat is die oplossing?* Gesprek by Klein Karoo Nasionale Kunstefees, Kleinplaas (Suid-Afrika), 9 April:[1-7].



Klerck, H. 1994. Reklamebedryf: Ons aandeel het gekrimp. *Afrikaans vandag*, 2(1):3.

Knipe, S. 2003. Marketing Communication. In: Du Plessis, P.J. & Rousseau, G.G. 2003. *Buyer Behaviour: A multi-cultural approach*. 3de uitg. Kaapstad: Oxford University.

Koekemoer, L. 2004. *Marketing Communications*. Lansdowne, Suid-Afrika: Juta.

Koenderman, T. 2000. The taal treks back. *Financial Mail*, 15 September:104.

Korf, L. 1998. *Die sosiale identiteit van 'n groep stedelike Afrikaanssprekendes in die postapartheid Suid-Afrika*. Ongepubliseerde proefskrif. Vereeniging: Potchefstroomse Universiteit vir Christelike Hoër Onderwys.

Koslow, S., Shamdasani, P.N. & Touchstone, E.E. 1994. Exploring Language Effects in Ethnic Advertising: A Sociolinguistic Perspective. *Journal of Consumer Research*, 20(Maart):575-585.

Kotler, P. & Keller, K. 2006. *Marketing Management*, 12de uitg. New Jersey: Prentice Hall.

Kotzé, E. 2006a. 'n Prognose vir Afrikaans. *Nuusbrief van die Suid Afrikaanse Akademie vir Wetenskap en Kuns*, 44(4):6.

Kotzé, J.C. 2007. Taal bepaal jou prestasie (Lesersbrief). *Die Burger* (Oos-Kaap), 10 September.



Kotzé, T.G. 2006b. *Research Methodology 703 – Study guide and course notes*. Pretoria: Departement Bemakings- en Kommunikasiebestuur, Universiteit van Pretoria.

Kraus, R.M. 1987. The role of the listener: Addressee influences on message formulation. *Journal of Language and Social Psychology*, 6(2):81-97.

Kriel, M. 1997. Taal en sedes: Die nasionalistiese en religieus-morele waardes onderliggend aan taalpurisme. *Suid-Afrikaanse Tydskrif vir Taalkunde*, 15(3):75-85.

Kruger, C. 2007. Dring aan op diens in Afrikaans, sê Chris Chameleon. *Rapport*, 26 Augustus.

Krugman, H.E. 1971. Brain wave measure of media involvement. *Journal of Advertising Research*, 11(1):3-9.

La Ferle, C. & W-N. Lee. 2005. Can English Language Media Connect with Ethnic Audiences? *Journal of Advertising Research*, 45(1):140-153.

Lasswell, H.D. 1948. The Structure and Function of Communication in Society. In: Bryson, L (red). *The Communication of Ideas*. New York: Institute for Religious and Social Studies.

Lee, B.C.Y. 2007. Consumer attitude toward virtual stores and its correlates. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 14:181-192.

*LitNet*. 2006. *Taaldebat*. [Aanlyn] Beskikbaar by: [http://www.litnet.co.za/cgi-bin/giga.cgi?cmd=cause\\_dir\\_news&cat=214&cause\\_id=1270](http://www.litnet.co.za/cgi-bin/giga.cgi?cmd=cause_dir_news&cat=214&cause_id=1270) [Afgelaai: 2007-12-12].





Littlejohn, S.W. & Foss, K.A. 2005. *Theories of Human Communication*. 8ste uitg. Toronto: Thomson Wadsworth.

Lloyd, J. 2002. Sonder eenheid is stryd tevergeefs. *Rapport*, 14 April:15.

Lubbe, H.J. 2001. Inhoudsontleding van die gesprek rondom Afrikaans in die gedrukte media vir die tydperk April 1994 tot 1996. *Tydskrif vir Geesteswetenskappe*, 41(2):81-92.

Lubbe, H.J. & Truter, E.J.J. 2005. Taalregte van minderheidsgroepe: 'n Basiese mensereg: Deel 1. *Tydskrif vir Geesteswetenskappe*, 45(1):29-38.

Luna, D. & Peracchio, L.A. 2005. Sociolinguistic effects on code-switched ads targeting bilingual consumers. *Journal of Advertising*, 34(2):43-56.

Maarman, J. 2007. 'Bruin Afrikaanses US se taak'. *Rapport*, 29 Julie:6.

Maartens, J. 1995. Language Maintenance in South Africa: Hoarding Dreams, Hiding the Springs of Identity. *Alternation*, 2(2):159-169.

Maggs, J. 2004. Pending awards: An aspirant market. *Financial Mail*, 28 Mei:59.

Malan, M. 2006. Afrikaanses moet hef in hand neem. *Rapport*, 3 September:11.

Malan, M. 2007. Brandon sing graag Afrikaans. Bylae by *Die Burger* (Oos-Kaap), 25 Mei.

Malhotra, N.K. 2004. *Marketing Research: An applied orientation*. 4de uitg. New Jersey: Pearson.



Malhotra, N.K. 2006. Questionnaire design and scale development. In: Grover, R. & Vriens, M. (reds). *The handbook of marketing research*. California: SAGE.

Mashigo, L. 2005. Afrikaans, mapping a new path. *Marketing Mix*, 23(7):38-42.

Mauser, F.F. 1977. Losing something in the translation. *Harvard Business Review* 55(4):34,163-164.

McGuire, W.J. 1976. Some Internal Psychological Factors Influencing Consumer Choice. *Journal of Consumer Research*, 2(4):302-319.

Mead, G.H. 1934. *Mind, Self, and Society*. Chicago: University of Chicago.

Meyer, E.D. 1998. *Aspekte van Reklame in die Afrikaanse Omgangstaal*. Ongepubliseerde Magister Skripsie. Stellenbosch: Universiteit van Stellenbosch.

Moedertaalonderrig kardinaal. 2006. *Die Burger*, 21 Februarie. [Aanlyn] Besikbaar by: <http://152.111.1.251/argief/berigte/dieburger/2006/02/21/DB/9/michael.html> [Afgelaai: 2007-12-11].

Monye, S.O. 2000. *The Handbook of International Marketing Communications*. Oxford: Blackwell.

Morrel-Samuels, P. 2002. Getting the Truth into Workplace Surveys. *Harvard Business Review*, February:1-12.

Mouton, J. 2001. *How to succeed in your master's and doctoral studies: A South African guide and resource book*. Pretoria: Van Schaik.

Naude, J. 2001. Vertaalkunde Vandag: 'n Oorsig. *Tydskrif vir Geesteswetenskappe*, 41(3):177-194.



Nel, E.P. 2007. Wekroep vir Afrikaanses oopgevelek. *Rapport* (Perspektief-bylaag), 6 Mei:4.

Noganta, A. 2003. Die taal is not dead. *Marketing Mix*, 21(3):40-43.

Nunnally, J.C. 1978. *Psychometric theory*. 2de uitg. New York: McGraw-Hill.

O'Connor, M. 2006. Voordrag oor Afrikaans gelewer. *Volksblad*, 18 Augustus. [Aanlyn] Beskikbaar by: <http://152.111.1.251/argief/berigte/volksblad/2006/08/18/VB/2/morektore.html> [Afgelaai: 2007-12-12].

O'Guinn, T.C. & Meyer, T. 1983. Segmenting the Hispanic Market: The Use of Spanish Language Radio. *Journal of Advertising*, 23(6):9-16.

Olivier, J.H. 2007. Voer stryd om taal aan politieke front (Lesersbrief). *Rapport*, 2 September.

Ons is nie almal só nie. 2001. *Finansies en Tegniek*, 24 Augustus:8-10.

Oosthuizen, T. 2004. In Marketing Across Cultures: Are You Enlightening the World or are You Speaking in Tongues? *Design Issues*, 20(2):61-72.

Penstone, K. 2002. Township Talk. *Marketing Mix*, 20(4):12-13.

Phosa, M. 2007. Toi-toi vir dié taal-swaan. *Die Burger* (Oos-Kaap), 18 Augustus:15.

Pienaar, L. 2004. Die Soweto-onluste van 16 Junie 1976 en die gevolge daarvan vir Afrikaans. In: Van Rensburg, F.I.J. (red.) *Afrikaans – lewende taal van miljoene*. Pretoria: Van Schaik.



Ponelis, F.A. 1989. Nederlands-Afrikaans: Die Europese agtergrond van Afrikaans. In: Botha, T.J.R. (red.) *Inleiding tot die Afrikaanse taalkunde*. 2de uitg. Pretoria: Academica.

Price, I. 2004. *Afrikaans in die media*. Voordrag aangebied by die Afrikaanse Taalberaad, Stellenbosch, 25-27 Augustus:1-3.

Pride, W.M. & Ferrell, O.C. 2003. *Marketing*. 12de uitg. Boston: Houghton Mifflin.

Prins, J. 2006. Afrikaans herleef in nuwe SA, meen omroeper. *Die Burger* (Oos-Kaap), 15 Augustus.

Prinsloo, K. 2004. *Taaloudit oor Afrikaanse taalprojekte, verenigings en energieë*. Verslag aangebied by die Afrikaanse Taalberaad, Stellenbosch, 25-27 Augustus:1-107.

Proctor, T. 2005. *Essentials of Marketing Research*. 4de uitg. Harlow: Prentice Hall.

Quester, P.G. & Chong, I. 2001. Validating acculturation models: The case of the Australian-Chinese consumers. *Journal of Consumer Marketing*, 18(3):203-218.

Rademeyer, A. 2005. Kongres doen beroep op Mbeki: 'Behou Pretoria se naam'. *Beeld*, 19 November:6.

Rademeyer, A. 2006a. Gee inheemse tale markwaarde. *Beeld*, 4 September:8.

Rademeyer, A. 2006b. Afrikaner se plek nou net as 'sondaar'. *Beeld*, 28 Januarie:17.



Rademeyer, A. 2006c. Twee kenners doen voorstelle om Afrikaans te beskerm. *Beeld*, 4 Maart:7.

Rademeyer, A. 2007a. Skole 'moet voorbeeld volg' oor veeltaligheid. *Die Burger* (Oos-Kaap), 25 Mei.

Rademeyer, A. 2007b. Forum vir Afrikaans wil taalbelangeraad stig. *Die Burger*, 6 Augustus. [Aanlyn] Beskikbaar by: [http://152.111.1.251/argief/berigte/dieburger/2007/08/06/SK/9/tartaalraad\\_1535.html](http://152.111.1.251/argief/berigte/dieburger/2007/08/06/SK/9/tartaalraad_1535.html) [Afgelaai: 2007-12-12].

Ratchford, B.T. 1987. New insights about the FCB grid. *Journal of Advertising Research*, 27(4):24-38.

Reichheld, F. 2006. *The Ultimate Question: Driving Good Profits and True Growth*. Boston: Harvard Business School.

Retief, L. 1999. Betaal-taal. *De Kat*, Maart:34-35.

Roberge, P.T. 1995. The formation of Afrikaans. In: Mesthrie, R. (red.) *Language and social history: Studies in South African Sociolinguistics*. Kaapstad: David Philip.

Robins, E.M. 1992. *Social identity versus personal identity: An investigation into the interaction of group and personal status with collective and personal self-esteem on ingroup favouritism*. Ongepubliseerde tesis. Kaapstad: Universiteit van Kaapstad.

Rokeach, M. 1968. The role of values in public opinion research. *Public Opinion Quarterly*, 32(4):547-559.



- Rooi, J. 2007. Bruines: Stig forums vir eie ontwikkeling. *Rapport*, 29 Julie.
- Roslow, P. & Nicholls, J.A.F. 1996. Targeting the hispanic market: Comparative persuasion of TV commercials in Spanish and English. *Journal of Advertising Research*, May/June:67-77.
- Ross, B. 1995. Reklame wat tot die hart spreek. *Die Taalgenoot*, 64(1&2):4-5.
- Ross, R.E. 1997. Bruines verwyf nie. *Insig*, September:13-14.
- Rossouw, J. 2007. Op pad na 'n nuwe ons. *Die Burger* (Oos-Kaap), 22 Augustus:2.
- Rossouw, S. & Rossouw, J. 2005. Die Afrikaanse Taalmonument – 10 Oktober 1975. *Nuusbrief van die Suid-Afrikaanse Akademie vir Wetenskap en Kuns*, 43(3&4):8.
- Rousseau, D. & Pitt, L. 2003. Attitudes, learning and involvement. In: Du Plessis, P.J & Rousseau, D. (reds). *Buyer Behaviour. A multi-cultural approach*. 3de uitg. Kaapstad: Oxford University.
- Rousseau, D. 2003. Personality and psychographics. In: Du Plessis, P.J & Rousseau, D. (reds). *Buyer Behaviour. A multi-cultural approach*. 3de uitg. Kaapstad: Oxford University.
- Roux, J. 2003. Advertensies wat skoorsoek. *Insig*, Augustus:58-65.
- Schaninger, C.M., Bourgeois, J.C. & Buss, W.C. 1985. French-English Canadian Subcultural Consumption Differences. *Journal of Marketing*, 49(2):82-92.



Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L. 2000. *Consumer Behavior*. 7de uitg. New Jersey: Prentice Hall.

Scholtz, L. 2001. Omvang van taalsterfte is totaal sonder weerga. *Die Burger*, 1 Junie:10.

Scholtz, L. 2007a. Hoekom ek Afrikaner is ... oor ek een ís (Sake van die dag). *Die Burger* (Oos-Kaap), 11 Mei:14.

Scholtz, L. 2007b. Afrikaans: As dit jou reg is, mág jy dit opeis (Sake van die dag). *Die Burger* (Oos-Kaap), 26 Januarie:15.

Scholtz, L. 2008. As jou taal jou woonplek bepaal. *Beeld*, 27 Februarie:16.

Schultz, D.E., Tannenbaum, S.I & Lauterborn, R.F. 1993. *Integrated Marketing Communications*. Chicago: NTC.

Senekal, J.H. 1998. Afrikaans – Die toekoms. In: Geyser, O., Swart, M.J. & Kapp, P.H. (reds.) *Keur uit Handhaaf: 'n Keur uit die artikels wat in Handhaaf verskyn het*. Bloemfontein: Federasie van Afrikaanse Kultuurvereniginge.

Shelton, J.L. 1977. Assertive Training: Consumer Beware. *The Personnel and Guidance Journal*, 55(8):465-468.

Sidego, C. 2007. Nie soos stootskraper. *Die Burger* (Oos-Kaap), 19 September.

Sirgy, M.J. 1998. *Integrated marketing communications: A systems approach*. New Jersey: Prentice Hall.



Slabbert, F.V. 2007. 'n Volhoubare plek vir Afrikaans. *Litnet Akademies*, 4(Mei).  
[http://www.litnet.co.za/cgi-bin/giga.cgi?cmd=cause\\_dir\\_news\\_item&cause\\_id=1270&news\\_id=18931&cat\\_id=201](http://www.litnet.co.za/cgi-bin/giga.cgi?cmd=cause_dir_news_item&cause_id=1270&news_id=18931&cat_id=201) [Afgelaai: 2007-12-13].

Smith, C. 2007. Tale 'meer bedreig as plante en diere'. *Die Burger* (Oos-Kaap), 20 September.

Smith, I. 1998. Lewensbedreigend, dog opwindend. *Die Taalgenoot*, 67(9):10-11.

Smith, P.R., & Taylor, J. 2004. *Marketing Communications: An integrated approach*. 4de uitg. Manchester: Multimedia Marketing.

Solomon, M.R. 1996. *Consumer Behavior*. 3de uitg. New Jersey: Prentice Hall.

Solomon, M.R. 2002. *Consumer Behavior*. 5de uitg. New Jersey: Prentice Hall.

South African Advertising Research Foundation. 2007. *The SAARF Universal LSM<sup>®</sup>*. [Aanlyn] Beskikbaar by: <http://www.saarf.co.za/LSM/lsm-presentations.htm> [Afgelaai: 12-03-2007].

Statistics South Africa. 2004. *Census 2001: Primary tables, Census '96 and 2001 compared, report no. 03-02-04* (2001). Pretoria: Statistics South Africa. [Aanlyn] Beskikbaar by: <http://www.statssa.gov.za/census01/html/RSAPrimary.pdf> [Afgelaai: 07-06-2006].

StatSoft<sup>®</sup> (2003). Statistica (data analysis software system), Weergawe 6 [Aanlyn] Beskikbaar by: <http://www.statsoft.com> [Afgelaai: 2007-09-21].

Steyn, J.C. 1980. *Tuiste in eie taal: Die behoud en bestaan van Afrikaans*. Kaapstad: Tafelberg.





Steyn, J.C. 1988. *Trouwe Afrikaners: Aspekte van Afrikaner-nasionalisme en Suid-Afrikaanse taalpolitiek 1875-1938*. Kaapstad: Tafelberg.

Steyn, J.C. 1996. Hoe kan Afrikaans oorleef? *Aambeeld/Anvil*, 6(4):10-12.

Steyn, J.C. 1997. Dít laat Afrikaans kwyn. *Insig*, September:8

Steyn, J.C. 2001. Afrikaans 2000: Nuwe suksesverhale en terugslae. *Tydskrif vir Geesteswetenskappe*, 41(2):118-130.

Stone, A. 2007. Moenie laer trek met Afrikaanse taal (Lesersbrief). *Rapport*, 21 Januarie.

Suid-Afrikaanse Akademie vir Wetenskap en Kuns. 2006. *Nuusbrief – Maart 2006*, 44(1):5.

Swart, M.J. 1987. *Ons voortbestaan – die kultuurstrewe van die Afrikaner*. Pretoria: Oranjewerkers Promosies.

Swift, J.S. 1991. Foreign Language Ability and International Marketing. *European Journal of Marketing*, 25(12):36-50.

Tarkiainen, A. & Sundqvist, S. 2005. Subjective norms, attitudes and intentions of Finnish consumers in buying organic food. *British Food Journal*, 107(11):808-822.

Teng, L., Laroche, M. & Zhu, H. 2007. The effects of multiple-ads and multiple-brands on consumer attitude and purchase behavior. *Journal of Consumer Marketing*, 24(1):27-35.



Toffler, A. 1990. *Power Shift*. New York: Bantam.

Tubbs, S.L. & Moss. S. 2003. *Human communication: Principles and contexts*. 9de uitg. Boston: McGraw-Hill.

Tuten, T.L., & August, R.A. 1998. Understanding Consumer Satisfaction in Services Settings: A Bidimensional Model of Service Strategies. *Journal of Social Behavior and Personality*, 13(3):553-564.

Valencia, H. 1989. Hispanic Values as Subcultural Research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 17(Winter):23-28.

Van Coller, H. 2006. Voorsittersrede 23 Junie 2006. *Nuusbrief van die Suid-Afrikaanse Akademie vir Wetenskap en Kuns*, 44(3):1-4.

Van der Merwe, K. 2007a. Afrikaner. Bylae by *Die Burger* (Oos-Kaap), 15 September:6.

Van der Merwe, L. 2007b. 'n Bedreigde spesie? Stil-stil vergaan Afrikaanse Taalkunde aan die universiteit. *Die Vrye Afrikaan*. 17 Augustus:8.

Van der Rheede, C. 2006. Dié stemme word nie gehoor in taaldebat. *Rapport*, 23 Julie:19.

Van der Rheede, C. 2007. Laat vaar eers die 'ons' en 'hulle' in Afrikaans. *Rapport*, 19 Augustus:21.

Van der Walt, A., Strydom, J.W, Marx, S. & Jooste, C.J. 1998. *Bemarkingsbestuur*. 4de uitg. Kenwyn, Suid Afrika: Juta.



Van Niekerk, A. 1999. Advertensiekommunikasie: 'n Eiesoortige stel taalreëls vir 'n eiesoortige teks. *Suid-Afrikaanse Tydskrif vir Taalkunde*, 17(2&3):173-204.

Van Rensburg, F.I.J. 2000. Taal en identiteit. *Aambeeld/Anvil*, 28(2):23-25.

Van Rensburg, F.I.J. 2007. Naamgewing as stellingnaam. *Die Vrye Afrikaan*, 17 Augustus: 5,9.

Van Rensburg, F.I.J., Malherbe, E.F.J. & Landman, K.J.H. 2001a. *Die Grondwet en veeltaligheid – Is veeltaligheid ons erns?* Kaapstad: Die Vrydaggroep.

Van Rensburg, F.I.J., Malherbe, E.F.J. & Landman, K.J.H. 2001b. *Taalverskuiwing sedert 1994 – Die prosesse van bevoorregting, ontmagtiging en verwaarlosing*. Kaapstad: Die Vrydaggroep.

Van Rensburg, M.C.J. 1992. Die demokratisering van Afrikaans. In: Webb, V.N. (red.) *Afrikaans na apartheid*. Pretoria: Van Schaik.

Van Rensburg, N.G.L. 1993. *’n Perspektief op kommunikasie in ’n post-apartheidsera in Suid-Afrika met spesifieke verwysing na die rol van Afrikaans*. Ongepubliseerde verhandeling. Grahamstad: Universiteit Rhodes.

Van Staden, E. 2004. The SABC and Afrikaans news – a matter of language economy in action? *Communicare*, 23(2):51-67.

Van Wyk, E. 2005. Afrikaans gewild by ABSA. *Rapport*, 4 Desember:18.

Varey, R. 2002. *Marketing Communication: Principles and Practice*. London: Routledge.



Vaughn, R. 1986. How advertising works: A planning model revisited. *Journal of Advertising Research*, 26(1):57-66.

Venter, M. 2007. Forum wil nóg 'n raad vir Afrikaans stig. *Die Burger*, 11 November. [Aanlyn] Beskikbaar by: <http://152.111.1.251/argief/berigte/dieburger/2007/11/12/SK/5/BOLmvTaalberaad.html> [Afgelaai: 2007-12-12].

Vernacular languages – ten years on. 2004. *MFSA Journal of Marketing*, 10(6):1-16.

Versluis, J. 2005. Afrikaans onder vergrootglas op taalberaad. *Volksblad*, 15 Augustus. [Aanlyn] Beskikbaar by: <http://152.111.1.251/argief/berigte/volksblad/2005/08/15/VB/1k/01.html> [Afgelaai: 2007-12-11].

Vorster, A. 2005. Afrikaans – Die taal van ons beursies. *Taalgenoot*, Mei:21-24.

Vorster, P. 2007. Dring taktvol aan op Afrikaans (Lesersbrief). *Rapport*, 16 September.

Walsh, G., Henning-Thurau, T., Wayne-Mitchell, V. & Wiedmann, K-P. 2001. Consumers' decision-making style as a basis for market segmentation. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 10(2):117-131.

Warden, C.A., Lai, M. & Wu, W-Y. 2002. How worldwide is marketing communications on the World Wide Web? *Journal of Advertising Research*, September/Oktober:72-84.

Webb, V.N. 1998. Volk, Nasie en Afrikanerdom – 'n sosiolinguistiese ontleding. In: Geyser, O., Swart, M.J. & Kapp, P.H. (reds.) *Keur uit Handhaaf: 'n Keur uit die artikels wat in Handhaaf verskyn het*. Bloemfontein: Federasie van Afrikaanse Kultuurvereniginge.



Webb, V.N. 2001. Die bevordering van Afrikaans. In: Carstens, A. & Grebe, H. *Taallandskap: Huldigingsbundel vir Christo van Rensburg*. Pretoria: Van Schaik.

Webb, V.N. 2002. *Language in South Africa: The role of language in national transformation, reconstruction and development*. Amsterdam: John Benjamins.

Webb, V.N. 2004a. Taalbeplanning vir Afrikaans: Een moontlike denkraamwerk en implikasies daarvan vir Afrikaans. In: Prinsloo, K. (red.) *Taaloudit oor Afrikaanse taalprojekte, verenigings en energieë*. Verslag aangebied by die Afrikaanse Taalberaad, Stellenbosch, 25-27 Augustus:98-104.

Webb, V.N. 2004b. *’n Taalbeplanningsdenkraamwerk en die implikasie daarvan vir Afrikaans*. Referaat tydens die Afrikaanse Taalberaad, Stellenbosch, 25 Augustus. [Ontvang via e-pos van:] De Wet, H. (fak@mweb.co.za) 27 November 2004.

Webster, W. 1991. Attitudes toward marketing practices: The effects of ethnic identification. *The Journal of Applied Business Research*, 7(2):1-7-116.

Welman, J.C. & Kruger, S.J. 1999. *Research Methodology for the Business and Administrative Sciences*. Johannesburg: Thomson South-Western.

Whorf, B.L. 1941. *Language, Culture and Personality: Essays in Memory of Edward Sapir*. Menash: Sapir Memorial Publication Fund.

Wiesendanger, B. 1993. Asian-Americans: The three biggest myths. *Sales and Marketing Management*, 145(11):86-88,101.

Wilk, C. & Coplan, V. 1977. Assertive training as a confidence-building technique. *The Personnel and Guidance Journal*, 55(8):460-464.



Williams, F. 1998. Between a rock and a hard place – the new Afrikaans market emerges. *Marketing Mix*, 16(8):38-42.

Wyngaard, H. 2005. Sit groepsnaam boaan sakelys vir Afrikaanses. *Rapport*, 30 Januarie:14.

Wyngaard, H. 2006. Afrikaans as voortrekker kan ander help. *Rapport*, 20 Augustus:18.

Wyngaard, H. 2007a. Erfenisdag: Lang pad na Afrikaanse 'ons'. *Rapport*, 23 September:17.

Wyngaard, H. 2007b. IVP se Koos op (papier-)oorlogspad oor BMW en Afrikaans. *Rapport*, 21 Januarie.

Wyngaard, H. 2007c. 'n Afrikaanse 'ons': Sinisme vs. idealisme. *Rapport*, 26 Augustus:20.

Zietsman, P.H. 1992. *Die taal is gans die volk: Woelinge en dryfvere in die stryd om die Afrikaner se taal*. Pretoria: Universiteit van Suid-Afrika.

Zietsman, P.H. 1999. 'n Identiteit aan't verander. *Insig*, September:40-41.

Zikmund, W. 2003. *Business Research Methods*. 7de uitg. Mason, Ohio: Thomson South-Western.



## **BYLAAG 1**

Lys van tipiese wit en bruin  
Afrikaanse vanne



## Wit en bruin Afrikaanse vanne in alfabetiese volgorde:

Abrahamse
Ackerman
Adams
Adonis
Ahlers
Alberts
Albertse
Albertyn
Allers
Appolis
April
Arendse
Aucamp
Baartman
Badenhorst
Bantjes
Bantjies
Barnard
Basson
Beetge
Bekker
Benjamin
Bester
Beukes
Beyers
Bezuidenhout
Blignaut
Bodenstein
Booyen
Booyens
Boshoff
Bosman
Botes
Botha
Bredenkamp
Breed
Breedt
Breytenbach
Brink
Brits
Bruwer
Burger

Calitz
Callis
Carelse
Carolissen
Carstens
Celliers
Cilliers
Claasen
Claasens
Claassen
Claassens
Cloete
Coertze
Coetsee
Coetzee
Colesky
Combrink
Conradie
Cronje
Croukamp
Daniels
De Beer
De Jager
De Klerk
De Kock
De Lange
De Villiers
De Vos
De Waal
De Wet
Delport
Deysel
Diederiks
Dippenaar
Dollie
Dreyer
Du Bruyn
Du Plessis
Du Plooy
Du Preez
Du Toit
Ehlers

Eksteen
Ellis
Els
Engelbrecht
Erasmus
Erlank
Erwee
Esterhuizen
Ferreira
Filander
Floris
Fortuin
Fortune
Fouche
Fourie
Geldenduys
Gerber
Gericke
Geyser
Gouws
Greeff
Greyling
Griesel
Grobbelaar
Grobler
Groenewald
Haasbroek
Hammann
Hanekom
Harmse
Hartman
Hattingh
Havenga
Hendriks
Hendrikse
Henning
Herbst
Heunis
Heyns
Hoffman
Hofmeyer
Horn





Hugo
Human
Immelman
Jacobs
Janse van Rensburg
Jansen
Januarie
January
Japhta
Jonkers
Jooste
Jordaan
Joubert
Julies
Kaiser
Kannemeyer
Karsten
Kasselman
Keiser
Kemp
Kirk
Kleinbans
Klopper
Knoetze
Koekemoer
Koen
Kok
Koopman
Kotze
Kriek
Kriel
Kruger
La Grange
Labuschagne
Landman
Langenhoven
Lategan
Laubscher
Le Roux
Liebenberg
Lombaard
Loubser
Lourens
Louw
Maartens

Lubbe
Ludick
Maas
Magalie
Malan
Malgas
Marais
Marè
Maree
Maritz
Mathee
May
Meintjies
Meiring
Mentor
Meyer
Minnaar
Moolman
Mostert
Mulder
Muller
Myburgh
Mynhardt
Nagel
Naude
Neethling
Nel
Niemandt
Nieuwoudt
November
Oberholzer
October
Odendaal
Oelofse
Olifant
Oliphant
Oostendorp
Oosthuizen
Opperman
Otto
Palm
Pansegrouw
Pelser
Philander
Pienaar
Pieterse

Potgieter
Pretorius
Prinsloo
Rabie
Rademan
Rademeyer
Ras
Rautenbach
Redelinghuys
Retief
Reynecke
Richter
Robbertse
Roets
Roodt
Rooi
Roos
Rossouw
Roux
Ryklief
Saaiman
Sauls
Scheepers
Schlebusch
Schmidt
Schoeman
Scholtz
Schreuder
Schultz
Schutte
Senekal
September
Serfontein
Sheldon
Slabbert
Smal
Smit
Smuts
Snyman
Soeker
Sonnekus
Spangenberg
Spies
Stander
Stassen
Steenkamp



Stegmann
Stemmet
Steyn
Stoltz
Strauss
Strijdom
Stroebe
Struben
Struwig
Strydom
Swanepoel
Swart
Taljaard
Terblanche
Theron
Thuis
Tredoux
Trichardt
Trollip
Truter
Uys
Van Aarde
Van Aardt
Van Aswegen
Van Biljon
Van Breda
Van den Berg
Van den Heever
Van der Linde
Van der Merwe
Van der Walt
Van der Westhuizen
Van Deventer
Van Dyk
Van Eeden
Van Graan
Van Heerden
Van Jaarsveld
Van Loggenberg
Van Niekerk
Van Rensburg
Van Rooyen
Van Schalkwyk
Van Staaden
Van Tonder

Van Wyk
Van Zyl
Venter
Vermaak
Vermeulen
Verwoerd
Viljoen
Visagie
Visser
Viviers
Vlok
Vorster
Vosloo
Waggie
Wagner
Wannenburg
Wassenaar
Weideman
Wentzel
Wepener
Wessels
Wiese
Willemse
Wolmarans
Yssel



## **BYLAAG 2**

### Meetinstrument vir opname



**VRAELYS:  
STEDELIKE AFRIKAANSSPREKENDE VERBRUIKERS SE HOUDING, VOORKEUR EN  
SELFGELDING TEN OPSIGTE VAN AFRIKAANSE BEMARKINGSKOMMUNIKASIE.**

**INLEIDING:**

Goeie môre/middag, mnr./mev./mej. My naam is ..... en ek skakel van **Konsulta Navorsing**. 'n Doktorale student aan die Universiteit van Pretoria het Konsulta Navorsing gevra om haar by te staan in die opname van haar navorsingsprojek oor **Afrikaanssprekendes se houding teenoor Afrikaanse bemarkingskommunikasie**. U sal nie persoonlik geïdentifiseer word nie; die terugvoer sal vertroulik hanteer word en slegs vir *hierdie en toekomstige* navorsingsdoeleindes gebruik word. Neem asseblief kennis dat hierdie oproep opgeneem word vir kwaliteitsbeheer doeleindes. Die onderhoud behoort nie langer as 10 minute van u tyd te neem nie. Kan ek nou met die onderhoud voortgaan?

**BEDROGKWESSIE:**

***GEBRUIK SLEGS AS DIE PERSOON NAVRAAG DOEN OOR DIE GELDIGHEID VAN DIE ONDERHOUD EN HUIWERIG IS OM TE PRAAT UIT VREES VIR BEDRIEGLIKE OPROEPE.***

Ek kan u verseker dat Konsulta Navorsing 'n geregistreerde maatskappy is met 'n baie goeie rekord wat aan die etiese gedragskode van die Suid-Afrikaanse Marknavorsingsvereniging (SAMRA) voldoen. Op geen stadium gedurende die onderhoud sal u verplig word om 'n vraag te beantwoord nie. Indien u verdere ondersoek wil instel oor die geldigheid van die onderhoud, moet asseblief nie huiwer om enige van die volgende persone te kontak nie:

- My bestuurder by Konsulta Navorsing, George Kirk, by telefoonnommer 012 665 6200 of 082 578 9402.
- Die promotor van die navorsingsprojek by die Universiteit van Pretoria, Professor Neels van Heerden by telefoonnommer 012 420 3145.

**TERUGBELKWESSIE:**

***GEBRUIK SLEGS AS DIE RESPONDENT VERSOEK OM OP 'N LATERE STADIUM TERUGGESKAKEL TE WORD. MOET NIE 'N TERUGBELOPROEP BELOWE NIE EN MOET OOK NIE ENIGE TERUGBELAFSPRAKE MAAK NIE.***

Dankie vir u bereidwilligheid om op 'n meer geskikte tyd teruggeskakel te word. Ek wil net aan u noem dat alhoewel ons sal probeer om u terug te skakel op die versoekte tyd ons dalk nie die oproep sal nakom nie, aangesien ons moontlik reeds die nodige aantal oproepe voltooi het voordat dit moontlik is om u terug te skakel.

**AFDELING A - FILTERVRAAG:**

1. Beskou u uself as 'n persoon wat Afrikaanssprekend is?	
Ja - gaan voort met die onderhoud	<input type="checkbox"/>
Nee - Beëindig onderhoud	<input type="checkbox"/>
Onseker - Beëindig onderhoud	<input type="checkbox"/>



**AFDELING B - DEMOGRAFIESE VRAE:**

<b>2. In watter een van die volgende ouderdomskategorieë val u?</b>						
19 – 25 jaar						<input type="checkbox"/>
26 - 35 jaar						<input type="checkbox"/>
36 - 45 jaar						<input type="checkbox"/>
46 - 55 jaar						<input type="checkbox"/>
56 - 65 jaar						<input type="checkbox"/>
66+						<input type="checkbox"/>
Weier om te antwoord						<input type="checkbox"/>
<b>3. Wat is u <u>huishouding</u> se <u>maandelikse</u> <u>besteembare</u> inkomste (met ander woorde <i>na</i> aftrekkings)?</b>						
R3 500 of minder (LSM 1- 5)						<input type="checkbox"/>
R3 501 - R8 000 (LSM 6+7)						<input type="checkbox"/>
R8 001 - R11 000 (LSM 8)						<input type="checkbox"/>
R11 001 - R16 000 (LSM 9)						<input type="checkbox"/>
R16 000+ (LSM 10)						<input type="checkbox"/>
Weier om te antwoord						<input type="checkbox"/>
Weet nie						<input type="checkbox"/>
<b>4. Aan watter bevolkingsgroep behoort u?</b>						
Bruin						<input type="checkbox"/>
Wit						<input type="checkbox"/>
Swart						<input type="checkbox"/>
Asiër						<input type="checkbox"/>
Ander, spesifiseer asseblief ...						<input type="checkbox"/>
<b>5. MOENIE VRA NIE - Geslag van respondēt:</b>						
Manlik						<input type="checkbox"/>
Vroulik						<input type="checkbox"/>
Onseker						<input type="checkbox"/>
<b>6. Dui asb. op 'n 5-punt skaal aan hoe u u <u>Engelse taalvaardigheid</u> in terme van die volgende kriteria sal beoordeel, waar 1 <i>baie swak</i> is en 5 <i>uitstekend</i> is. U mag enige nommer tussen 1 en 5 op die skaal kies.</b>						
	Baie swak		Uitstekend			
	1	2	3	4	5	DK
Verstaan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lees	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Praat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Skryf	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



**AFDELING C – HOUDING, VOORKEUR EN SELFGELDING:**

7. In die volgende afdeling van die onderhoud gaan ek 'n aantal kort stellings maak wat u op 'n vyfpuntskaal moet beoordeel, waar 1 beteken <i>u stem glad nie met die stelling saam nie</i> en 5 beteken dat u <i>volkome met die stelling saamstem</i> . U mag ook enige nommer op die skaal tussen 1 en 5 kies.	Stem glad nie saam nie					Stem volkome saam	DK
	1	2	3	4	5		
7.1 Afrikaanssprekendes as groep is vir my belangrik.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7.2 Ek vra soms verskoning daarvoor dat ek Afrikaanssprekend is. [omgekeerde puntetelling]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7.3 Ek ervaar sterk bande met Afrikaanssprekendes as groep.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7.4 Ek voel die feit dat ek Afrikaanssprekend is, my terughou in die lewe. [omgekeerde puntetelling]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7.5 Ek is iemand wat Afrikaanssprekendes as groep kritiseer. [omgekeerde puntetelling]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7.6 Ek identifiseer met Afrikaanssprekendes as groep.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7.7 Ek sal probeer wegsteek dat ek Afrikaanssprekend is. [omgekeerde puntetelling]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7.8 Ek is bly dat ek Afrikaanssprekend is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7.9 Dit hinder my om te sê dat ek Afrikaanssprekend is. [omgekeerde puntetelling]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7.10 Ek beskou myself as Afrikaanssprekend.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

8. In die volgende afdeling van die onderhoud gaan ek 'n aantal stellings maak ten opsigte van u bank, 'n besoek aan 'n aansitrestaurant; haarwassjampoe en sjokolade. U moet weer die stellings op 'n vyfpuntskaal beoordeel, waar 1 steeds beteken <i>u stem glad nie met die stelling saam nie</i> en 5 beteken dat u <i>volkome met die stelling saamstem</i> . U mag ook enige nommer op die skaal tussen 1 en 5 kies.	Stem glad nie saam nie					Stem volkome saam	DK
	1	2	3	4	5		
8.1 Dit is my reg om in Afrikaans deur 'n personeellid van my bank gehelp te word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8.2 Dit is my reg om 'n brosjure in Afrikaans van my bank te ontvang.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8.3 Dit is my reg dat my bank in Afrikaans adverteer word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8.4 Dit is my reg om in Afrikaans deur 'n restaurantkelner bedien te word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8.5 Dit is my reg om 'n Afrikaanse spyskaart in 'n restaurant te ontvang.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8.6 Dit is my reg dat 'n restaurant wat ek besoek, in Afrikaans adverteer word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8.7 Dit is my reg dat die sjampoe wat ek koop, se verpakkingsinligting in Afrikaans is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8.8 Dit is my reg dat die sjampoe wat ek koop, in Afrikaans adverteer word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8.9 Dit is my reg dat die sjokolade wat ek koop se verpakkingsinligting in Afrikaans is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8.10 Dit is my reg dat die sjokolade wat ek koop in Afrikaans adverteer word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	



9. In die volgende afdeling van die onderhoud gaan ek nog 'n aantal stellings maak ten opsigte van u bank, 'n aansit-restaurant; haarwassjampoe en sjokolade. U moet weer die stellings op 'n vyfpuntskaal beoordeel, waar 1 steeds beteken <i>u stem glad nie met die stelling saam nie</i> en 5 beteken dat u <i>volkome met die stelling saamstem</i> . U kan ook enige nommer tussen 1 en 5 kies.	Stem glad nie saam nie			Stem volkome saam		DK
	1	2	3	4	5	
9.1 Ek voel gewaardeer wanneer 'n personeellid van my bank my in Afrikaans bedien.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.2 Ek voel gewaardeer as ek 'n brosjure in Afrikaans van my bank ontvang.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.3 Ek voel gewaardeer as my bank in Afrikaans adverteer word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.4 Ek voel gewaardeer as 'n restaurantkelner my in Afrikaans bedien.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.5 Ek voel gewaardeer as ek 'n Afrikaanse spyskaart in 'n restaurant ontvang.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.6 Ek voel gewaardeer as 'n restaurant wat ek besoek, in Afrikaans adverteer word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.7 Ek voel gewaardeer as die sjampoe wat ek koop, se verpakkingsinligting in Afrikaans is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.8 Ek voel gewaardeer as die sjampoe wat ek koop in Afrikaans adverteer word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.9 Ek voel gewaardeer as die sjokolade wat ek koop, se verpakkingsinligting in Afrikaans is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.10 Ek voel gewaardeer as die sjokolade wat ek koop, in Afrikaans adverteer word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. In die volgende afdeling gaan u ook die stellings op 'n vyfpuntskaal beoordeel, waar 1 steeds beteken <i>u stem glad nie met die stelling saam nie</i> , en 5 beteken dat u <i>volkome met die stelling saamstem</i> . U mag ook enige nommer tussen 1 en 5 kies.	Stem glad nie saam nie			Stem volkome saam		DK
	1	2	3	4	5	
10.1 Wanneer ek die keuse kry om in Afrikaans of Engels deur 'n personeellid van my bank bedien te word, verkies ek Afrikaans.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.2 Wanneer my bank 'n produk met 'n Afrikaanse en Engelse brosjure verduidelik, verkies ek die Afrikaanse brosjure.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.3 Ek verkies 'n Afrikaanse advertensie van my bank eerder as dieselfde advertensie in Engels.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.4 Wanneer ek in 'n restaurant die keuse het om in Engels of Afrikaans deur die kelner bedien te word, verkies ek Afrikaans.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.5 Indien die restaurant se spyskaart in Engels en in Afrikaans is, verkies ek om die Afrikaanse deel te lees.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.6 Ek verkies 'n Afrikaanse advertensie van die restaurant wat ek besoek eerder as dieselfde advertensie in Engels.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.7 Indien die sjampoe wat ek koop se verpakkingsinligting in Afrikaans en Engels is, verkies ek om die Afrikaanse deel te lees.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.8 Ek verkies 'n Afrikaanse advertensie van die sjampoe wat ek koop eerder as dieselfde advertensie in Engels.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.9 Indien die sjokolade wat ek koop se verpakkingsinligting in Afrikaans en Engels is, verkies ek om die Afrikaanse deel te lees.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.10 Ek verkies 'n Afrikaanse advertensie van die sjokolade wat ek koop, eerder as dieselfde advertensie in Engels.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



11. Die doel van die volgende vrae is om die rol van Afrikaans in die aankoop van produkte te bepaal. U kan dus alle ander kriteria ignoreer/uitsluit, buiten taal. In hierdie gedeelte moet u op 'n 10-punt-skaal aandui hoe waarskynlik die stelling op u van toepassing is, waar 0 <i>glad nie waarskynlik is nie</i> , en 10 <i>hoogs waarskynlik is</i> . U mag ook enige nommer tussen 0 en 10 kies..	Glad nie waarskynlik nie					Hoogs waarskynlik					DK	
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9		10
11.1 Ek sal by 'n bank aansluit op grond van die feit dat hulle my in Afrikaans sal bedien.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.2 Ek sal 'n restaurant besoek op grond van die feit dat hulle my in Afrikaans sal bedien.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.3 Ek sal 'n sjampoe koop op grond van die feit dat die verpakkingsinligting in Afrikaans is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.4 Ek sal 'n sjokolade koop op grond van die feit dat die verpakkingsinligting in Afrikaans is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.5 Ek sal 'n bank aanbeveel op grond van die feit dat hulle my in Afrikaans bedien.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.6 Ek sal 'n restaurant aanbeveel op grond van die feit dat hulle my in Afrikaans bedien.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.7 Ek sal 'n sjampoe aanbeveel op grond van die feit dat die verpakkingsinligting in Afrikaans is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.8 Ek sal 'n sjokolade aanbeveel op grond van die feit dat die verpakkingsinligting in Afrikaans is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.9 Ek sal aan 'n bank bly behoort op grond van die feit dat hulle my in Afrikaans bedien.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.10 Ek sal 'n restaurant bly besoek op grond van die feit dat hulle my in Afrikaans bedien.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.11 Ek sal 'n sjampoe bly koop op grond van die feit dat die verpakkingsinligting in Afrikaans is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.12 Ek sal 'n sjokolade bly koop op grond van die feit dat die verpakkingsinligting in Afrikaans is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>





12. In die volgende gedeelte moet u steeds op 'n 10-puntskaal aandui hoe waarskynlik die stelling op u van toepassing is, waar 0 <i>glad nie waarskynlik is nie</i> en 10 <i>hoogs waarskynlik is</i> . U mag ook enige nommer tussen 0 en 10 kies.	Glad nie waarskynlik nie					Hoogs waarskynlik					DK	
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9		10
12.1 Ek sal versoek om in Afrikaans deur 'n personeellid van my bank bedien te word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.2 As my bank 'n Engelse brosjure aan my stuur, sal ek versoek dat hulle 'n Afrikaanse weergawe aan my stuur.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.3 As my bank nie in Afrikaans adverteer word nie, sal ek versoek dat dit in Afrikaans adverteer moet word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.4 Ek sal versoek om in Afrikaans deur 'n restaurantkelner bedien te word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.5 As ek 'n Engelse spyskaart in 'n restaurant kry, sal ek 'n Afrikaanse een versoek.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.6 As die restaurant wat ek besoek nie in Afrikaans adverteer word nie, sal ek versoek dat dit in Afrikaans adverteer word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.7 As die sjampoe wat ek koop se verpakkingsinligting nie in Afrikaans is nie, sal ek versoek dat dit in Afrikaans aangebring word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.8 As die sjampoe wat ek koop nie in Afrikaans adverteer word nie, sal ek versoek dat dit in Afrikaans adverteer word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.9 As die sjokolade wat ek koop se verpakkingsinligting nie in Afrikaans is nie, sal ek versoek dat dit in Afrikaans aangebring word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.10 As die sjokolade wat ek koop nie in Afrikaans adverteer word nie, sal ek versoek dat dit in Afrikaans adverteer word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



## **BYLAAG 3**

Meetinstrument vir voortoetsing  
(persoonlike onderhoude)



**VRAELYS:  
STEDELIKE AFRIKAANSSPREKENDE VERBRUIKERS SE HOUDING, VOORKEUR EN  
SELFELDING TEN OPSIGTE VAN AFRIKAANSE BEMARKINGSKOMMUNIKASIE**

**INLEIDING:**

Goeie môre/middag, mnr./mev./mej. My naam is ..... en ek skakel van **Konsulta Navorsing**. 'n Doktrale student aan die Universiteit van Pretoria het Konsulta Navorsing gevra om haar by te staan in die opname van haar navorsingsprojek oor **Afrikaanssprekendes se houding teenoor Afrikaanse bemarkingskommunikasie**. U sal nie persoonlik geïdentifiseer word nie; die terugvoer sal vertroulik hanteer word en slegs vir *hierdie en toekomstige* navorsingsdoeleindes gebruik word. Neem asseblief kennis dat hierdie oproep opgeneem word vir kwaliteitsbeheer doeleindes. Die onderhoud behoort nie langer as .... minute van u tyd te neem nie. Kan ek nou met die onderhoud voortgaan?

**BEDROGKWESSIE:**

**GEBRUIK SLEGS AS DIE PERSOON NAVRAAG DOEN OOR DIE GELDIGHEID VAN DIE ONDERHOUD EN HUIWERIG IS OM TE PRAAT UIT VREES VIR BEDRIEGLIKE OPROEPE.**

Ek kan u verseker dat Konsulta Navorsing 'n geregistreerde maatskappy is met 'n baie goeie rekord wat aan die etiese gedragskode van die Suid-Afrikaanse Marknavorsingsvereniging (SAMRA) voldoen. Op geen stadium gedurende die onderhoud sal u verplig word om 'n vraag te beantwoord nie. Indien u verdere ondersoek wil instel oor die geldigheid van die onderhoud, moet asseblief nie huiwer om enige van die volgende persone te kontak nie:

- My bestuurder by Konsulta Navorsing, George Kirk, by telefoonnommer 012 665 6200 of 082 578 9402.
- Die promotor van die navorsingsprojek by die Universiteit van Pretoria, Professor Neels van Heerden by telefoonnommer 012 420 3145.

**TERUGBELKWESSIE:**

**GEBRUIK SLEGS AS DIE RESPONDENT VERSOEK OM OP 'N LATERE STADIUM TERUGGESKAKEL TE WORD. MOET NIE 'N TERUGBELOPROEP BELOWE NIE EN MOET OOK NIE ENIGE TERUGBELAFSPRAKE MAAK NIE.**

Dankie vir u bereidwilligheid om op 'n meer geskikte tyd teruggeskakel te word. Ek wil net aan u noem dat alhoewel ons sal probeer om u terug te skakel op die versoekte tyd ons dalk nie die oproep sal nakom nie, aangesien ons moontlik reeds die nodige aantal oproepe voltooi het voordat dit moontlik is om u terug te skakel.

**AFDELING A - FILTERVRAAG:**

1. Beskou u uself as 'n persoon wat Afrikaanssprekend is?	
Ja - gaan voort met die onderhoud	<input type="checkbox"/>
Nee - Beëindig onderhoud	<input type="checkbox"/>
Onseker - Beëindig onderhoud	<input type="checkbox"/>



**AFDELING B - DEMOGRAFIESE VRAE:**

<b>2. In watter een van die volgende metropole, woon u?</b>	
Gauteng	<input type="checkbox"/>
Wes-Kaap	<input type="checkbox"/>
Bloemfontein	<input type="checkbox"/>
Durban (Pietermaritzburg)	<input type="checkbox"/>
Port Elizabeth (Oos-Londen)	<input type="checkbox"/>
Ander area - Beëindig onderhoud	<input type="checkbox"/>
<b>3. In watter een van die volgende ouderdomskategorieë val u?</b>	
19 – 25 jaar	<input type="checkbox"/>
26 - 35 jaar	<input type="checkbox"/>
36 - 45 jaar	<input type="checkbox"/>
46 - 55 jaar	<input type="checkbox"/>
56 - 65 jaar	<input type="checkbox"/>
66+	<input type="checkbox"/>
Weier om te antwoord	<input type="checkbox"/>
<b>4. Wat is u <b>huishouding</b> se <u>maandelikse</u> <b>besteembare</b> inkomste (met ander woorde <i>na</i> aftrekkings)?</b>	
R3 500 of minder (LSM 1- 5)	<input type="checkbox"/>
R3 501 - R8 000 (LSM 6+7)	<input type="checkbox"/>
R8 001 - R11 000 (LSM 8)	<input type="checkbox"/>
R11 001 - R16 000 (LSM 9)	<input type="checkbox"/>
R16 000+ (LSM 10)	<input type="checkbox"/>
Weier om te antwoord	<input type="checkbox"/>
Weet nie	<input type="checkbox"/>
<b>5. Dui asseblief aan wat u hoogste opvoedkundige kwalifikasie is?</b>	
Standaard 8 / Graad 10 of laer	<input type="checkbox"/>
Matriek / Graad 12	<input type="checkbox"/>
Graad of diploma	<input type="checkbox"/>
Nagraads	<input type="checkbox"/>
Ander, spesifiseer asseblief ...	<input type="checkbox"/>
<b>6. Aan watter bevolkingsgroep behoort u?</b>	
Bruin	<input type="checkbox"/>
Wit	<input type="checkbox"/>
Swart	<input type="checkbox"/>
Asiër	<input type="checkbox"/>



Ander, spesifiseer asseblief ...	<input type="checkbox"/>					
<b>7. MOENIE VRA NIE - Geslag van respondent:</b>						
Manlik	<input type="checkbox"/>					
Vroulik	<input type="checkbox"/>					
Onseker	<input type="checkbox"/>					
8. Dui asb. op 'n 5-punt skaal aan hoe u u <b>Engelse taalvaardigheid</b> in terme van die volgende kriteria sal beoordeel, waar 1 <i>baie swak</i> is en 5 <i>uitstekend</i> is.	Baie swak		Uitstekend			
	1	2	3	4	5	DK
Verstaan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lees	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Praat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Skryf	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**AFDELING C – HOUDING, VORKEUR EN SELFELDING:**

9. In die volgende afdeling van die onderhoud gaan ek 'n aantal kort stellings maak wat u op 'n vyfpuntskaal moet beoordeel, waar 1 beteken <i>u stem glad nie met die stelling saam nie</i> en 5 beteken dat u <i>volkome met die stelling saamstem</i> .	Stem glad nie saam nie		Stem volkome saam			
	1	2	3	4	5	DK
9.1 Afrikaanssprekendes as groep is vir my belangrik.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.2 Ek vra soms verskoning daarvoor dat ek Afrikaanssprekend is. [omgekeerde puntetelling]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.3 Ek ervaar sterk bande met Afrikaanssprekendes as groep.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.4 Ek voel die feit dat ek Afrikaanssprekend is, my terughou in die lewe. [omgekeerde puntetelling]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.5 Ek is iemand wat Afrikaanssprekendes as groep kritiseer. [omgekeerde puntetelling]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.6 Ek identifiseer met Afrikaanssprekendes as groep.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.7 Ek sal probeer wegsteek dat ek Afrikaanssprekend is. [omgekeerde puntetelling]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.8 Ek is bly dat ek Afrikaanssprekend is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.9 Dit hinder my om te sê dat ek Afrikaanssprekend is. [omgekeerde puntetelling]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.10 Ek beskou myself as Afrikaanssprekend.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. In die volgende afdeling van die onderhoud gaan ek 'n aantal stellings maak ten opsigte van u bank, 'n besoek aan 'n aansit-restaurant; haarwassjampoe en sjokolade. U moet weer die stellings op 'n vyfpuntskaal beoordeel, waar 1 steeds beteken <i>u stem glad nie met die stelling saam nie</i> en 5 beteken dat u <i>volkome met die stelling saamstem</i> .	Stem glad nie saam nie		Stem volkome saam			
	1	2	3	4	5	DK
10.1 Dit is my reg om in Afrikaans deur 'n personeellid van my bank gehelp te word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.2 Dit kos banke te veel geld om brosjures ook in Afrikaans te maak.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.3 Dit is belangrik dat my bank ook in Afrikaans adverteer.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



10.4 Dit is my reg om 'n Afrikaans deur 'n restaurantkelner bedien te word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
10.5 Dit is nie belangrik dat 'n restaurant se spyskaart in Afrikaans moet wees nie.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
10.6 Die koste vir 'n restaurant om ook in Afrikaans te adverteer, is geregverdig.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
10.7 Dit is nie belangrik dat die sjampoe wat ek koop se verpakkingsinligting in Afrikaans moet wees nie.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
10.8 Dit is my reg dat sjampoe-advertensies ook in Afrikaans op televisie uitgesaai word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
10.9 Dit is nie belangrik dat die sjokolade wat ek koop se verpakkingsinligting in Afrikaans moet wees nie.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
10.10 Weens die hoë koste van advertensies is dit geregverdig dat sjokolade net in Engels adverteer word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
11. In die volgende afdeling van die onderhoud gaan ek nog 'n aantal stellings maak ten opsigte van u bank, 'n aansit-restaurant; haarwassjampoe en sjokolade. U moet weer die stellings op 'n vyfpuntskaal beoordeel, waar 1 steeds beteken <i>u stem glad nie met die stelling saam nie</i> en 5 beteken dat u <i>volkome met die stelling saamstem</i> .	Stem glad nie saam nie					Stem volkome saam						
	1	2	3	4	5	DK						
11.1 Ek voel gewaardeer wanneer 'n personeellid van my bank Afrikaans met my praat.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
11.2 Ek voel gewaardeer as my bank Afrikaanse brosjures aan my stuur.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
11.3 Ek voel gewaardeer as my bank in Afrikaans adverteer.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
11.4 Ek voel gewaardeer as 'n restaurantkelner my in Afrikaans bedien.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
11.5 Ek voel gewaardeer as ek 'n Afrikaanse spyskaart in 'n restaurant ontvang.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
11.6 Ek voel gewaardeer as 'n restaurant wat ek besoek, in Afrikaans adverteer word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
11.7 Ek voel gewaardeer as die sjampoe wat ek koop, se verpakkingsinligting in Afrikaans is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
11.8 Ek voel gewaardeer as die sjampoe wat ek koop in Afrikaans adverteer word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
11.9 Ek voel gewaardeer as die sjokolade wat ek koop, se verpakkingsinligting in Afrikaans is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
11.10 Ek voel gewaardeer as die sjokolade wat ek koop, in Afrikaans adverteer word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
12. In die volgende gedeelte moet u die stellings beoordeel deur op 'n 10-puntskaal aan te dui hoe waarskynlik die stelling op u van toepassing is, waar 1 glad nie waarskynlik is nie en 10 hoogs waarskynlik is.	Glad nie waarskynlik nie					Hoogs waarskynlik						
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	DK
12.1 Ek sal by 'n bank aansluit (aan 'n bank behoort) waar ek in Afrikaans bedien word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.2 Ek sal by 'n restaurant gaan eet waar ek in Afrikaans bedien word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



12.3 Ek sal sjampoe koop waarvan die verpakingsinligting in Afrikaans is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.4 Ek sal sjokolade koop waarvan die verpakingsinligting in Afrikaans is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.5 Ek sal 'n bank aanbeveel waar ek in Afrikaans bedien word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.6 Ek sal 'n restaurant aanbeveel waar ek in Afrikaans bedien word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.7 Ek sal 'n sjampoe aanbeveel waarvan die verpakingsinligting in Afrikaans is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.8 Ek sal 'n sjokolade aanbeveel op grond van die feit dat die verpakingsinligting in Afrikaans is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.9 Ek sal aan 'n bank bly behoort waar ek in Afrikaans bedien word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.10 Ek sal 'n restaurant bly besoek waar ek in Afrikaans bedien word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.11 Ek sal 'n sjampoe bly koop waarvan die verpakingsinligting in Afrikaans is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.12 Ek sal 'n sjokolade bly koop waarvan die verpakingsinligting in Afrikaans is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. U moet asseblief nou weer die stellings op 'n vyfpuntskaal beoordeel, waar 1 beteken u stem glad nie met die stelling saam nie en 5 beteken dat u volkome met die stelling saamstem.	Stem glad nie saam nie					Stem volkome saam						
	1	2	3	4	5	DK						
13.1 Wanneer ek die keuse kry om in Afrikaans of Engels deur 'n personeellid van my bank bedien te word, verkies ek Afrikaans.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
13.2 Wanneer my bank 'n produk met 'n Afrikaanse en Engelse brosjure verduidelik, verkies ek die Afrikaanse brosjure.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
13.3 Ek verkies 'n Afrikaanse advertensie van my bank eerder as 'n Engelse advertensie.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
13.4 Wanneer ek 'n restaurant besoek en die keuse het om in Engels of Afrikaans deur die kelner bedien te word, verkies ek Afrikaans.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
13.5 Indien die restaurant se spyskaart in Engels en in Afrikaans is, verkies ek om die Afrikaanse deel te lees.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
13.6 Ek verkies 'n Afrikaanse advertensie van 'n restaurant eerder as 'n Engelse advertensie.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
13.7 Ek verkies om sjampoe se verpakingsinligting in Afrikaans eerder as in Engels te lees.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
13.8 Ek verkies sjampoe advertensies in Afrikaans eerder as in Engels.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
13.9 Ek verkies om sjokolade se verpakingsinligting in Afrikaans eerder as Engels te lees.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
13.10 Ek verkies sjokolade advertensies in Afrikaans eerder as in Engels.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						



14. In die volgende gedeelte moet u die stellings beoordeel deur op 'n 10-puntskaal aan te dui hoe waarskynlik die stelling op u van toepassing is, waar 1 glad nie waarskynlik is nie en 10 hoogs waarskynlik is.	Glad nie waarskynlik nie					Hoogs waarskynlik					DK	
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9		10
14.1 Ek sal versoek dat 'n bankpersoneelid my in Afrikaans help.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.2 As die bank 'n Engelse brosjure aan my stuur, sal ek nie versoek dat hulle 'n Afrikaanse weergawe aan my stuur nie.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.3 Ek sal beswaar maak as my bank nie in Afrikaans adverteer nie.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.4 Wanneer ek met 'n kelner in 'n restaurant praat, begin ek normaalweg die gesprek in Engels.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.5 As ek 'n Engelse spyskaart in 'n restaurant kry, sal ek nie vra vir 'n Afrikaanse een nie.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.6 Ek sal nie beswaar maak as 'n restaurant nie in Afrikaans (net Engels) adverteer nie.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.7 Indien sjampoe se verpakkingsinligting net in Engels is, sal ek nie vir Afrikaanse verpakkingsinligting vra nie.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.8 Ek sal nie versoek dat sjampoe advertensies in Afrikaans moet wees nie.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.9 As sjokolade se verpakkingsinligting net in Engels is, sal ek nie vir Afrikaanse verpakkingsinligting vra nie.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.10 Ek sal nie beswaar maak as sjokolade advertensies slegs in Engels is nie.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>





## **BYLAAG 4**

Meetinstrument vir voortoetsing  
(telefoniese onderhoude)



**VRAELYS:  
STEDELIKE AFRIKAANSSPREKENDE VERBRUIKERS SE HOUDING, VOORKEUR EN  
SELFGELDING TEN OPSIGTE VAN AFRIKAANSE BEMARKINGSKOMMUNIKASIE**

**INLEIDING:**

Goeie môre/middag, mnr./mev./mej. My naam is ..... en ek skakel van **Konsulta Navorsing**. 'n Dokorale student aan die Universiteit van Pretoria het Konsulta Navorsing gevra om haar by te staan in die opname van haar navorsingsprojek oor **Afrikaanssprekendes se houding teenoor Afrikaanse bemarkingskommunikasie**. U sal nie persoonlik geïdentifiseer word nie; die terugvoer sal vertroulik hanteer word en slegs vir *hierdie en toekomstige* navorsingsdoeleindes gebruik word. Neem asseblief kennis dat hierdie oproep opgeneem word vir kwaliteitsbeheer doeleindes. Die onderhoud behoort nie langer as ... minute van u tyd te neem nie. Kan ek nou met die onderhoud voortgaan?

**BEDROGKWESSIE:**

**GEBRUIK SLEGS AS DIE PERSOON NAVRAAG DOEN OOR DIE GELDIGHEID VAN DIE ONDERHOUD EN HUIWERIG IS OM TE PRAAT UIT VREES VIR BEDRIEGLIKE OPROEPE.**

Ek kan u verseker dat Konsulta Navorsing 'n geregistreerde maatskappy is met 'n baie goeie rekord wat aan die etiese gedragskode van die Suid-Afrikaanse Marknavorsingsvereniging (SAMRA) voldoen. Op geen stadium gedurende die onderhoud sal u verplig word om 'n vraag te beantwoord nie. Indien u verdere ondersoek wil instel oor die geldigheid van die onderhoud, moet asseblief nie huiwer om enige van die volgende persone te kontak nie:

- My bestuurder by Konsulta Navorsing, George Kirk, by telefoonnommer 012 665 6200 of 082 578 9402.
- Die promotor van die navorsingsprojek by die Universiteit van Pretoria, Professor Neels van Heerden by telefoonnommer 012 420 3145.

**TERUGBELKWESSIE:**

**GEBRUIK SLEGS AS DIE RESPONDENT VERSOEK OM OP 'N LATERE STADIUM TERUGGESKAKEL TE WORD. MOET NIE 'N TERUGBELOPROEP BELOWE NIE EN MOET OOK NIE ENIGE TERUGBELAFSPRAKE MAAK NIE.**

Dankie vir u bereidwilligheid om op 'n meer geskikte tyd teruggeskakel te word. Ek wil net aan u noem dat alhoewel ons sal probeer om u terug te skakel op die versoekte tyd ons dalk nie die oproep sal nakom nie, aangesien ons moontlik reeds die nodige aantal oproepe voltooi het voordat dit moontlik is om u terug te skakel.

**AFDELING A - FILTERVRAAG:**

1. Beskou u uself as 'n persoon wat Afrikaanssprekend is?	
Ja - gaan voort met die onderhoud	<input type="radio"/>
Nee - Beëindig onderhoud	<input type="radio"/>
Onseker - Beëindig onderhoud	<input type="radio"/>



**AFDELING B - DEMOGRAFIESE VRAE:**

<b>2. In watter een van die volgende metropole woon u?</b>	
Gauteng	<input type="checkbox"/>
Wes-Kaap	<input type="checkbox"/>
Bloemfontein	<input type="checkbox"/>
Durban (Pietermaritzburg)	<input type="checkbox"/>
Port Elizabeth (Oos-Londen)	<input type="checkbox"/>
Ander area - Beëindig onderhoud	<input type="checkbox"/>
<b>3. In watter een van die volgende ouderdomskategorieë val u?</b>	
19 – 25 jaar	<input type="checkbox"/>
26 - 35 jaar	<input type="checkbox"/>
36 - 45 jaar	<input type="checkbox"/>
46 - 55 jaar	<input type="checkbox"/>
56 - 65 jaar	<input type="checkbox"/>
66+	<input type="checkbox"/>
Weier om te antwoord	<input type="checkbox"/>
<b>4. Wat is u <b>huishouding</b> se <u>maandelikse</u> <b>besteerbare</b> inkomste (met ander woorde <b>na</b> aftrekkings)?</b>	
R3 500 of minder (LSM 1- 5)	<input type="checkbox"/>
R3 501 - R8 000 (LSM 6+7)	<input type="checkbox"/>
R8 001 - R11 000 (LSM 8)	<input type="checkbox"/>
R11 001 - R16 000 (LSM 9)	<input type="checkbox"/>
R16 000+ (LSM 10)	<input type="checkbox"/>
Weier om te antwoord	<input type="checkbox"/>
Weet nie	<input type="checkbox"/>
<b>5. Dui asseblief aan wat u hoogste opvoedkundige kwalifikasie is?</b>	
Standaard 8 / Graad 10 of laer	<input type="checkbox"/>
Matriek / Graad 12	<input type="checkbox"/>
Graad of diploma	<input type="checkbox"/>
Nagraads	<input type="checkbox"/>
Ander, spesifiseer asseblief ...	<input type="checkbox"/>
<b>6. Aan watter bevolkingsgroep behoort u?</b>	
Bruin	<input type="checkbox"/>
Wit	<input type="checkbox"/>
Swart	<input type="checkbox"/>
Asiër	<input type="checkbox"/>
Ander, spesifiseer asseblief ...	<input type="checkbox"/>



7. MOENIE VRA NIE - Geslag van respondent:						
Manlik						<input type="checkbox"/>
Vroulik						<input type="checkbox"/>
Onseker						<input type="checkbox"/>
8. Dui asb. op 'n 5-punt skaal aan hoe u u <b>Engelse taalvaardigheid</b> in terme van die volgende kriteria sal beoordeel, waar 1 <i>baie swak</i> is en 5 <i>uitstekend</i> is. U mag enige nommer tussen 1 en 5 op die skaal kies.	Baie swak		Uitstekend			
	1	2	3	4	5	DK
Verstaan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lees	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Praat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Skryf	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**AFDELING C – HOUDING, VOORKEUR EN SELFELDING:**

9. In die volgende afdeling van die onderhoud gaan ek 'n aantal kort stellings maak wat u op 'n vyfpunt skaal moet beoordeel, waar 1 beteken <i>u stem glad nie met die stelling saam nie</i> en 5 beteken dat u <i>volkome met die stelling saamstem</i> . U mag ook enige nommer op die skaal tussen 1 en 5 kies.	Stem glad nie saam nie		Stem volkome saam			
	1	2	3	4	5	DK
9.1 Afrikaanssprekendes as groep is vir my belangrik.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.2 Ek vra soms verskoning daarvoor dat ek Afrikaanssprekend is. [omgekeerde puntetelling]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.3 Ek ervaar sterk bande met Afrikaanssprekendes as groep.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.4 Ek voel die feit dat ek Afrikaanssprekend is, my terughou in die lewe. [omgekeerde puntetelling]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.5 Ek is iemand wat Afrikaanssprekendes as groep kritiseer. [omgekeerde puntetelling]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.6 Ek identifiseer met Afrikaanssprekendes as groep.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.7 Ek sal probeer wegsteek dat ek Afrikaanssprekend is. [omgekeerde puntetelling]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.8 Ek is bly dat ek Afrikaanssprekend is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.9 Dit hinder my om te sê dat ek Afrikaanssprekend is. [omgekeerde puntetelling]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.10 Ek beskou myself as Afrikaanssprekend.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. In die volgende afdeling van die onderhoud gaan ek 'n aantal stellings maak ten opsigte van u bank, 'n besoek aan 'n aansit-restaurant; haarwassjampoe en sjokolade. U moet weer die stellings op 'n vyfpunt skaal beoordeel, waar 1 steeds beteken <i>u stem glad nie met die stelling saam nie</i> en 5 beteken dat u <i>volkome met die stelling saamstem</i> . U mag ook enige nommer op die skaal tussen 1 en 5 kies.	Stem glad nie saam nie		Stem volkome saam			
	1	2	3	4	5	DK
10.1 Dit is my reg om in Afrikaans deur 'n personeellid van my bank gehelp te word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.2 Dit is my reg om 'n brosjure in Afrikaans van my bank te ontvang.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.3 Dit is my reg dat my bank in Afrikaans adverteer word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.4 Dit is my reg om in Afrikaans deur 'n restaurantkelner bedien te word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



10.5 Dit is my reg om 'n Afrikaanse spyskaart in 'n restaurant te ontvang.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.6 Dit is my reg dat 'n restaurant wat ek besoek, in Afrikaans adverteer word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.7 Dit is my reg dat die sjampoe wat ek koop, se verpakkingsinligting in Afrikaans is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.8 Dit is my reg dat die sjampoe wat ek koop, in Afrikaans adverteer word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.9 Dit is my reg dat die sjokolade wat ek koop se verpakkingsinligting in Afrikaans is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.10 Dit is my reg dat die sjokolade wat ek koop in Afrikaans adverteer word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. In die volgende afdeling van die onderhoud gaan ek nog 'n aantal stellings maak ten opsigte van u bank, 'n aansit-restaurant; haarwassjampoe en sjokolade. U moet weer die stellings op 'n vyfpuntskaal beoordeel, waar 1 steeds beteken <i>u stem glad nie met die stelling saam nie</i> en 5 beteken dat u <i>volkome met die stelling saamstem</i> . U kan ook enige nommer tussen 1 en 5 kies.	Stem glad nie saam nie	Stem volkome saam				
	1	2	3	4	5	DK
11.1 Ek voel gewaardeer wanneer 'n personeellid van my bank my in Afrikaans bedien.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.2 Ek voel gewaardeer as ek 'n brosjure in Afrikaans van my bank ontvang.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.3 Ek voel gewaardeer as my bank in Afrikaans adverteer word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.4 Ek voel gewaardeer as 'n restaurantkelner my in Afrikaans bedien.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.5 Ek voel gewaardeer as ek 'n Afrikaanse spyskaart in 'n restaurant ontvang.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.6 Ek voel gewaardeer as 'n restaurant wat ek besoek, in Afrikaans adverteer word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.7 Ek voel gewaardeer as die sjampoe wat ek koop, se verpakkingsinligting in Afrikaans is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.8 Ek voel gewaardeer as die sjampoe wat ek koop in Afrikaans adverteer word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.9 Ek voel gewaardeer as die sjokolade wat ek koop, se verpakkingsinligting in Afrikaans is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.10 Ek voel gewaardeer as die sjokolade wat ek koop, in Afrikaans adverteer word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. In die volgende afdeling gaan u ook die stellings op 'n vyfpuntskaal beoordeel, waar 1 steeds beteken <i>u stem glad nie met die stelling saam nie</i> , en 5 beteken dat u <i>volkome met die stelling saamstem</i> . U mag ook enige nommer tussen 1 en 5 kies.	Stem glad nie saam nie	Stem volkome saam				
	1	2	3	4	5	DK
12.1 Wanneer ek die keuse kry om in Afrikaans of Engels deur 'n personeellid van my bank bedien te word, verkies ek Afrikaans.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.2 Wanneer my bank 'n produk met 'n Afrikaanse en Engelse brosjure verduidelik, verkies ek die Afrikaanse brosjure.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.3 Ek verkies 'n Afrikaanse advertensie van my bank eerder as dieselfde advertensie in Engels.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.4 Wanneer ek in 'n restaurant die keuse het om in Engels of Afrikaans deur die kelner bedien te word, verkies ek Afrikaans.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



12.5 Indien die restaurant se spyskaart in Engels en in Afrikaans is, verkies ek om die Afrikaanse deel te lees.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.6 Ek verkies 'n Afrikaanse advertensie van die restaurant wat ek besoek eerder as dieselfde advertensie in Engels.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.7 Indien die sjampoe wat ek koop se verpakkingsinligting in Afrikaans en Engels is, verkies ek om die Afrikaanse deel te lees.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.8 Ek verkies 'n Afrikaanse advertensie van die sjampoe wat ek koop eerder as dieselfde advertensie in Engels.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.9 Indien die sjokolade wat ek koop se verpakkingsinligting in Afrikaans en Engels is, verkies ek om die Afrikaanse deel te lees.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.10 Ek verkies 'n Afrikaanse advertensie van die sjokolade wat ek koop, eerder as dieselfde advertensie in Engels.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Die doel van die volgende vrae is om die rol van Afrikaans in die aankoop van produkte te bepaal. U kan dus alle ander kriteria ignoreer/uitsluit, buiten taal. In hierdie gedeelte moet u op 'n 10-punt-skaal aandui hoe waarskynlik die stelling op u van toepassing is, waar 0 <i>glad nie waarskynlik is nie</i> , en 10 <i>hoogs waarskynlik is</i> . U mag ook enige nommer tussen 0 en 10 kies.	Glad nie waarskynlik nie					Hoogs waarskynlik						
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	DK
13.1 Ek sal by 'n bank aansluit op grond van die feit dat hulle my in Afrikaans sal bedien.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.2 Ek sal 'n restaurant besoek op grond van die feit dat hulle my in Afrikaans sal bedien.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.3 Ek sal 'n sjampoe koop op grond van die feit dat die verpakkingsinligting in Afrikaans is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.4 Ek sal 'n sjokolade koop op grond van die feit dat die verpakkingsinligting in Afrikaans is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.5 Ek sal 'n bank aanbeveel op grond van die feit dat hulle my in Afrikaans bedien.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.6 Ek sal 'n restaurant aanbeveel op grond van die feit dat hulle my in Afrikaans bedien.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.7 Ek sal 'n sjampoe aanbeveel op grond van die feit dat die verpakkingsinligting in Afrikaans is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.8 Ek sal 'n sjokolade aanbeveel op grond van die feit dat die verpakkingsinligting in Afrikaans is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.9 Ek sal aan 'n bank bly behoort op grond van die feit dat hulle my in Afrikaans bedien.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.10 Ek sal 'n restaurant bly besoek op grond van die feit dat hulle my in Afrikaans bedien.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.11 Ek sal 'n sjampoe bly koop op grond	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



van die feit dat die verpakkingsinligting in Afrikaans is.													
13.12 Ek sal 'n sjokolade bly koop op grond van die feit dat die verpakkingsinligting in Afrikaans is.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. In die volgende gedeelte moet u steeds op 'n 10-puntskaal aandui hoe waarskynlik die stelling op u van toepassing is, waar 0 <i>glad nie waarskynlik is nie</i> en 10 <i>hoogs waarskynlik is</i> . U mag ook enige nommer tussen 0 en 10 kies.	Glad nie waarskynlik nie					Hoogs waarskynlik							
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	DK	
14.1 Ek sal versoek om in Afrikaans deur 'n personeellid van my bank bedien te word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.2 As my bank 'n Engelse brosjure aan my stuur, sal ek versoek dat hulle 'n Afrikaanse weergawe aan my stuur.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.3 As my bank nie in Afrikaans adverteer word nie, sal ek versoek dat dit in Afrikaans adverteer moet word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.4 Ek sal versoek om in Afrikaans deur 'n restaurantkelner bedien te word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.5 As ek 'n Engelse spyskaart in 'n restaurant kry, sal ek 'n Afrikaanse een versoek.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.6 As die restaurant wat ek besoek nie in Afrikaans adverteer word nie, sal ek versoek dat dit in Afrikaans adverteer word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.7 As die sjampoe wat ek koop se verpakkingsinligting nie in Afrikaans is nie, sal ek versoek dat dit in Afrikaans aangebring word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.8 As die sjampoe wat ek koop nie in Afrikaans adverteer word nie, sal ek versoek dat dit in Afrikaans adverteer word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.9 As die sjokolade wat ek koop se verpakkingsinligting nie in Afrikaans is nie, sal ek versoek dat dit in Afrikaans aangebring word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.10 As die sjokolade wat ek koop nie in Afrikaans adverteer word nie, sal ek versoek dat dit in Afrikaans adverteer word.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15. Dink u dat Suid-Afrikaanse maatskappye genoeg moeite doen om met Afrikaanssprekendes in Afrikaans te kommunikeer? Motiveer asseblief u antwoord. **(Onderhoudvoerder: Tik asseblief alle detail – volle verbatim)**



## **BYLAAG 5**

Opsommende beskrywing van  
die hipoteses se uitslag





### AFHANKLIKE VERANDERLIKES

ONAFHANKLIKE VERANDERLIKES

	Houding	Voorkeur	Selfgelding
<b>SND1 Ouderdom</b>	<b>H<sub>1.1a</sub> Verwerp</b> SAV* van verskillende ouderdomsgroepe stem in hulle houding ten opsigte van Afrikaanse bemarkingskommunikasie ooreen.	<b>H<sub>1.1b</sub> Verwerp</b> SAV van verskillende ouderdomsgroepe stem in hulle voorkeur vir Afrikaanse bemarkingskommunikasie bo Engelse bemarkingskommunikasie ooreen.	<b>H<sub>1.1c</sub> Verwerp</b> SAV van verskillende ouderdomsgroepe stem in hulle selfgelding ten opsigte van Afrikaanse bemarkingskommunikasie ooreen.
<b>SND1 Inkomste</b>	<b>H<sub>1.2a</sub> Aanvaar</b> Die lae inkomstegroep SAV se houding teenoor Afrikaanse bemarkingskommunikasie is beduidend positiewer as die hoë inkomstegroep SAV. Die lae inkomstegroep beskou dit tot 'n groter mate as hulle <b>reg</b> om Afrikaanse bemarkingskommunikasie te ontvang; hulle <b>waardeer</b> Afrikaanse bemarkingskommunikasie meer; en hulle <b>gedrag</b> word tot 'n groter mate deur Afrikaanse bemarkingskommunikasie beïnvloed, as die hoë inkomstegroep SAV.	<b>H<sub>1.2b</sub> Verwerp</b> Hoë en lae inkomstegroepe SAV stem grootliks in hulle voorkeur vir Afrikaanse bemarkingskommunikasie bo Engelse bemarkingskommunikasie, ooreen.	<b>H<sub>1.2c</sub> Aanvaar</b> SAV in die lae inkomstegroep sal, ten opsigte van al die stellings oor selfgelding, beduidend meer waarskynlik selfgeldend optree ten opsigte van Afrikaanse bemarkingskommunikasie as verbruikers in die hoë inkomstegroep.
<b>SND1 Ras</b>	<b>H<sub>1.3a</sub> Aanvaar</b> Wit en bruin SAV verskil in hulle houding teenoor Afrikaanse bemarkingskommunikasie. Bruin SAV sal dit moontlik eerder as hulle <b>reg</b> beskou om Afrikaanse bemarkingskommunikasie te ontvang en meer waarskynlik hulle <b>aankoopedrag</b> deur Afrikaanse bemarkingskommunikasie laat beïnvloed as wit SAV. Wit SAV sal dit moontlik meer as bruin SAV <b>waardeer</b> wanneer daar met hulle in Afrikaans gekommunikeer word.	<b>H<sub>1.3b</sub> Verwerp</b> Wit en bruin SAV stem grootliks in hulle voorkeur vir Afrikaanse bemarkingskommunikasie bo Engelse bemarkingskommunikasie ooreen.	<b>H<sub>1.3c</sub> Aanvaar</b> Bruin SAV sal meer waarskynlik selfgeldend ten opsigte van Afrikaanse bemarkingskommunikasie optree as wit SAV.
<b>SND1 Geslag</b>	<b>H<sub>1.4a</sub> Aanvaar</b> Vroulike SAV verbruikers is positiewer teenoor Afrikaanse bemarkingskommunikasie as manlike SAV. Hierdie positiewer houding geld ten opsigte van al die stellings wat met die <b>reg</b> om Afrikaanse bemarkingskommunikasie te ontvang, verband hou, en die oorgrote meerderheid stellings wat met die <b>waardering</b> aspek en <b>koop, bly koop, aanbeveel</b> aspekte van houding verband hou.	<b>H<sub>1.4b</sub> Aanvaar</b> Vroulike SAV verbruikers het 'n groter voorkeur vir Afrikaanse bemarkingskommunikasie bo Engelse bemarkingskommunikasie as manlike SAV.	<b>H<sub>1.4c</sub> Aanvaar</b> Vroulike SAV sal, ten opsigte van al die stellings oor selfgelding, beduidend meer waarskynlik selfgeldend optree ten opsigte van Afrikaanse bemarkingskommunikasie as manlike SAV.

\*Stedelike Afrikaanssprekende verbruikers (SAV)



**AFHANKLIKE VERANDERLIKES**

ONAFHANKLIKE VERANDERLIKES

	<b>Houding</b>	<b>Voorkeur</b>	<b>Selfgeldig</b>
<b>SND2 Engelse taalvaardigheid</b>	<p><b>H<sub>2a</sub> Verwerp</b></p> <p>SAV met 'n beter Engelse taalvaardigheid stem grootliks met SAV met 'n swakker Engelse taalvaardigheid ooreen in hulle houding ten opsigte van Afrikaanse bemarkingskommunikasie. Ten opsigte van die <b>reg</b> om Afrikaanse bemarkingskommunikasie te ontvang is daar nie een stelling waar die twee groepe beduidend van mekaar verskil nie. SAV met 'n swakker Engelse taalvaardigheid het wel meer <b>waardering</b> daarvoor indien hulle 'n Afrikaanse brosjure van hulle bank ontvang en hulle sal meer waarskynlik by 'n bank <b>aansluit</b> en daaraan <b>bly behoort</b> op grond van die feit dat hulle in Afrikaans bedien word, as SAV met 'n beter Engelse taalvaardigheid.</p>	<p><b>H<sub>2b</sub> Aanvaar</b></p> <p>SAV met 'n swakker Engelse taalvaardigheid het, ten opsigte van al die stellings, 'n groter voorkeur vir Afrikaanse bemarkingskommunikasie bo Engelse bemarkingskommunikasie as SAV met 'n beter Engelse taalvaardigheid.</p>	<p><b>H<sub>2c</sub> Verwerp</b></p> <p>SAV met 'n beter Engelse taalvaardigheid en SAV met 'n swakker Engelse taalvaardigheid stem grootliks in hulle selfgeldig ten opsigte van Afrikaanse bemarkingskommunikasie ooreen.</p>
<b>SND3 Taalgroep- identiteit</b>	<p><b>H<sub>3a</sub> Aanvaar</b></p> <p>SAV met 'n sterker taalgroepidentiteit het 'n positiewer houding teenoor Afrikaanse bemarkingskommunikasie as SAV met 'n laer taalgroepidentiteit. Die positiewer houding is gevind by al die stellings wat met die <b>reg</b> om Afrikaanse bemarkingskommunikasie te ontvang, verband hou en by al die stellings wat met die <b>waardering</b> om Afrikaanse bemarkingskommunikasie te ontvang, verband hou. Wat die <b>koop, bly koop</b> en <b>aanbeveling</b> van produkte betref, het die helfte van die stellings wat met dié komponent van houding verband hou, nie beduidend tussen die twee groepe verskil nie.</p>	<p><b>H<sub>3b</sub> Aanvaar</b></p> <p>SAV met 'n sterker taalgroepidentiteit het, ten opsigte van al die stellings, 'n groter voorkeur vir Afrikaanse bemarkingskommunikasie bo Engelse bemarkingskommunikasie as SAV met 'n laer taalgroepidentiteit.</p>	<p><b>H<sub>3c</sub> Verwerp</b></p> <p>SAV met 'n sterker taalgroepidentiteit en SAV met 'n laer taalgroepidentiteit stem grootliks in hulle selfgeldig ten opsigte van Afrikaanse bemarkingskommunikasie ooreen.</p>
<b>SND4 Bemarkings- kommunikasie- medium</b>	<p><b>H<sub>4a</sub> Aanvaar</b></p> <p>SAV se houding teenoor Afrikaanse bemarkingskommunikasie verskil beduidend ten opsigte van die mediums van bemarkingskommunikasie. SAV se houding teenoor Afrikaanse bemarkingskommunikasie is die positiefste waar kontakpersoneel en tasbare kommunikasie ter sprake is.</p>	<p><b>H<sub>4b</sub> Aanvaar</b></p> <p>SAV se voorkeur vir Afrikaanse bemarkingskommunikasie bo Engelse bemarkingskommunikasie verskil beduidend ten opsigte van die mediums van bemarkingskommunikasie. SAV se voorkeur vir Afrikaanse bemarkingskommunikasie bo Engelse bemarkingskommunikasie is die hoogste waar kontakpersoneel ter sprake is.</p>	<p><b>H<sub>4c</sub> Aanvaar</b></p> <p>SAV se selfgeldig ten opsigte van Afrikaanse bemarkingskommunikasie verskil beduidend ten opsigte van die mediums van bemarkingskommunikasie. SAV sal die waarskynlikste selfgeldend ten opsigte van Afrikaanse bemarkingskommunikasie optree waar kontakpersoneel ter sprake is.</p>

\*Stedelike Afrikaanssprekende verbruikers (SAV)



### AFHANKLIKE VERANDERLIKES

ONAFHANKLIKE VERANDERLIKES

	Houding	Voorkeur	Selfgelding
<b>SND5 Produk- betrokkenheid</b>	<p><b>H<sub>5a</sub> Aanvaar</b></p> <p>SAV se houding teenoor Afrikaanse bemarkingskommunikasie verskil beduidend ten opsigte van hulle betrokkenheid by die produk. SAV se houding teenoor Afrikaanse bemarkingskommunikasie is die positiefste vir die inligtinggewende kwadrant (hoë betrokkenheid/denke), waar 'n bank as surrogaat optree.</p>	<p><b>H<sub>5b</sub> Aanvaar</b></p> <p>SAV se voorkeur vir Afrikaanse bemarkingskommunikasie bo Engelse bemarkingskommunikasie verskil beduidend ten opsigte van hulle betrokkenheid by die produk. SAV het egter 'n baie hoë voorkeur vir Afrikaanse bemarkingskommunikasie bo Engelse bemarkingskommunikasie ten opsigte van produkte in ál vier betrokkenheidskwadrante.</p>	<p><b>H<sub>5c</sub> Aanvaar</b></p> <p>SAV se selfgelding ten opsigte van Afrikaanse bemarkingskommunikasie verskil beduidend ten opsigte van hulle betrokkenheid by die produk. SAV sal die waarskynlikste selfgeldend ten opsigte van produkte in die inligtinggewende kwadrant (hoë betrokkenheid/denke) wees, waar 'n bank as surrogaat optree.</p>
<b>SND6 Goedere- dienste- kontinuum</b>	<p><b>H<sub>6a</sub> Aanvaar</b></p> <p>SAV se houding teenoor Afrikaanse bemarkingskommunikasie verskil beduidend ten opsigte van produkte se posisie op die goedere-dienstekontinuum. SAV se houding teenoor Afrikaanse bemarkingskommunikasie is die positiefste vir suiwer dienste (bank).</p>	<p><b>H<sub>6b</sub> Aanvaar</b></p> <p>SAV se voorkeur vir Afrikaanse bemarkingskommunikasie bo Engelse bemarkingskommunikasie verskil beduidend ten opsigte van produkte se posisie op die goedere-dienstekontinuum. SAV het die hoogste voorkeur vir Afrikaanse bemarkingskommunikasie bo Engelse bemarkingskommunikasie ten opsigte van suiwer dienste (bank) en goedere-dienstekruisings (aansitrestaurant).</p>	<p><b>H<sub>6c</sub> Aanvaar</b></p> <p>SAV se selfgelding ten opsigte van Afrikaanse bemarkingskommunikasie verskil beduidend ten opsigte van produkte se posisie op die goedere-dienstekontinuum. SAV se selfgelding ten opsigte van Afrikaanse bemarkingskommunikasie is die hoogste vir suiwer dienste (bank).</p>

\*Stedelike Afrikaanssprekende verbruikers (SAV)