

Online convergentie in *textism*gebruik

Online convergence in the use of textisms



Radboud Universiteit

Bachelorscriptie

Charlotte Zijlmans

S1008747

Lieke Verheijen

Communicatie- en Informatiewetenschappen

8 juni 2020

Abstract

Tijdens het chatten wordt er vaak gebruik gemaakt van *textisms*, oftewel onconventionele spelling die het gesprek informeler, begrijpelijk, speelser, expressiever en korter maakt. De huidige studie houdt zich bezig met de vraag of de *Communication Accommodation Theory* (CAT), waarin wordt gesteld dat mensen zich aanpassen aan de communicatiestijl van de gesprekspartner, ook toepasbaar is op het gebruik van *textisms* tijdens het chatten. In een online experiment moesten de respondenten ($N = 112$) reageren op WhatsAppberichten. De controleconditie en experimentele conditie bevatten dezelfde berichten, met als enige verschil de verwerking van *textisms* in de experimentele conditie. Respondenten die reageerden op de berichten met *textisms* gebruikten zelf ook meer *textisms* in hun reacties dan de respondenten die reageerden op de berichten zonder *textisms*, wat de toepasbaarheid van CAT bevestigt. Dit resultaat houdt echter alleen stand als er naast woordaanpassingen ook naar structurele aanpassingen zoals interpunctie en hoofdlettergebruik wordt gekeken. Een mogelijke verklaring hiervoor kan liggen in de aangegeven negatieve waardering van de respondenten ten opzichte van het gebruik van chattaal en afkortingen op WhatsApp. Deze negatieve waardering zal ervoor gezorgd hebben dat de respondenten niet convergeerden naar het gebruik van woordaanpassingen door de gesprekspartner. De *textisms* zullen echter wel gezorgd hebben voor een informeel en vrij gevoel bij de respondenten, wat resulteerde in meer structurele aanpassingen in de reacties. Het huidige onderzoek bevestigt dus niet alleen de toepasbaarheid van CAT op online *textism*gebruik, maar benadrukt ook het belang van het onderscheid tussen woordaanpassingen en structurele aanpassingen binnen *textisms*.

Inhoudsopgave

1	Inleiding	4
	1.1 <i>Textisms</i>	4
	1.2 <i>Communication Accommodation Theory</i>	5
	1.3 Convergentie in <i>textism</i> gebruik	7
	1.4 Convergentie op WhatsApp	8
	1.5 Gender en accommodatie	9
2	Methode	9
	2.1 Analysemodel	9
	2.2 Materiaal	10
	2.3 Proefpersonen	13
	2.4 Onderzoeksontwerp	15
	2.5 Instrumentatie	15
	2.6 Procedure	16
	2.7 Statistische toetsing	17
3	Resultaten	17
4	Conclusie en Discussie	20
5	Bibliografie	25
6	Appendix A. Vragenlijst	28
	6.1 Introductie	28
	6.2 Demografische vragen	28
	6.3 WhatsAppgesprekken	29
	6.4 Stelling	30
	6.5 Afsluiting	30
7	Appendix B. Codeerinstructies	31

1. Inleiding

1.1 Textisms

De opkomst van sociale media en online chatsites creëerde nieuwe mogelijkheden voor interpersoonlijke communicatie. Gesprekspartners hoeven niet meer fysiek bij elkaar te zijn om een gesprek te kunnen voeren. Deze nieuwe vorm van communicatie wordt de laatste jaren onderworpen aan verschillende soorten onderzoek. Online communicatie verschilt namelijk in meerdere aspecten van offline communicatie. Eén voorbeeld hiervan is het afwijkende online taalgebruik. Verheijen (2016) noemt dergelijke afkortingen, ‘verkeerde’ spellingsvormen en spreektaal ‘*textisms*’. De term *textism* is afgeleid van het Engelse woord *text messaging*, oftewel sms’en (Verheijen, 2018). Het onderzoek van Verheijen (2016) laat zien dat *textisms* niet zomaar gebruikt worden, maar zogenaamde SUPER-functies (*Speechlike*, *Understandable*, *Playful*, *Expressive*, *Reduction*) hebben. Dit houdt in dat *textisms* het gesprek informeler, begrijpelijker, speelser, expressiever en korter maken. Uit hetzelfde onderzoek bleek ook dat tieners (12 tot 17 jaar) over het algemeen meer gebruik maken van *textisms* dan jongvolwassenen (18 tot 23 jaar). Dit wordt verklaard door de neiging van tieners om zich tegen de sociale norm af te zetten. Het medium van communicatie speelt ook een rol in de hoeveelheid *textisms* die gebruikt worden. Op MSN en WhatsApp wordt er als gevolg van de hoge mate van interactiviteit meer gebruik gemaakt van *textisms* dan op Twitter en in sms’jes (Verheijen, 2016). Gesprekspartners reageren op MSN en WhatsApp direct op elkaar, waardoor het van belang is om snel te reageren en er minder op schrijfconventies gelet wordt.

Door de jaren heen is er voornamelijk onderzoek gedaan naar de gevolgen van het gebruik van *textisms* voor geletterdheid. Cingel en Sundar (2012) maakten hierbij een onderscheid tussen twee soorten *textisms*: woordaanpassingen en structurele aanpassingen. Woordaanpassingen zijn woorden waarvan de spelling afwijkt van de conventionele spelling, terwijl bij structurele aanpassingen hoofdletters en interpunctie ‘verkeerd’ gebruikt worden. Cingel en Sundar vonden een negatieve relatie tussen het gebruik van *textisms* en de scores van een grammaticatoets onder jongeren. Volgens het onderzoek van Drouin en Driver (2014) ligt deze relatie echter wat genuanceerder. Hier kwam naar voren dat het gebruik van sommige categorieën *textisms* een negatief verband houdt met geletterdheid, terwijl het gebruik van andere categorieën een positief effect heeft op geletterdheid. Kemp en Bushnell (2011) vonden juist een positieve relatie tussen de bekwaamheid in online chatten en geletterdheid en ook Verheijen (2019) sluit uit dat het gebruik van *textisms* van jongeren leidt

tot slechter schrijven op school. De verklaring hierachter luidt dat jongeren verschillende registers gebruiken in verschillende contexten (Verheijen, 2019).

Door de selectieve gerichtheid op de gevolgen van *textisms* voor geletterdheid, is er op andere gebieden nog een tekort aan kennis. Zo is er weinig onderzoek gedaan naar interpersoonlijke kenmerken van het gebruik van *textisms*. Een studie die hier wel mee bezig is geweest is die van Adams, Miles, Dunbar en Giles (2018). Hun resultaten lieten onder andere zien dat mensen in chatgesprekken meer *textisms* gebruiken als hun gesprekspartners dit ook doen. Ze bevelen echter verder onderzoek aan, waarbij er naar specifieke onderdelen binnen de term *textism* gekeken wordt. De huidige studie volgt deze aanbeveling op door te onderzoeken of het resultaat standhoudt bij een smallere definitie van een *textism*.

1.2 Communication Accommodation Theory

Een theorie waar Adams et al. (2018) veelvuldig naar refereren is de *Communication Accommodation Theory* (CAT), een belangrijke theorie binnen de psycholinguïstiek. Giles en Ogay (2007) definiëren CAT als “een brede theorie die de aanpassingen van mensen in gesprekken probeert te voorspellen en verklaren” (p. 293). Hierbij kijkt CAT volgens Giles en Ogay ook naar de manieren waarop er geaccommodeerd wordt, waarom dit wordt gedaan en wat de gevolgen hiervan zijn. Accommoderen is het aanpassen van je eigen communicatiegedrag aan het communicatiegedrag van je gesprekspartner (Giles & Ogay, 2007). Er kan binnen één gesprek op verschillende vlakken geaccommodeerd worden, zoals woordkeuze, syntaxis, hoeveelheid pauzes, toon en gebaren (Danescu-Niculescu-Mizil, Gamon & Dumais, 2011). Er kan geaccommodeerd worden door ofwel te convergeren ofwel te divergeren. Bij convergentie nemen mensen het communicatiegedrag van hun gesprekspartner over, terwijl bij divergentie er juist een nadruk wordt gelegd op de verschillen in communicatiegedrag tussen beide gesprekspartners (Giles, Coupland & Coupland, 1991). Beide manieren van accommodatie verlopen echter volledig onbewust (Giles et al., 1991). Andere onderzoekers voegen hier de strategie *maintenance* aan toe (Dragojevic & Giles, 2014; Dragojevic, Gasiorek & Giles, 2016; Giles & Ogay, 2007). Bij deze strategie passen mensen zich niet aan en behouden ze hun eigen communicatiegedrag. In navolging van het onderzoek van Adams et al. (2018), dat zich voornamelijk focust op convergentie, zal dit onderzoek zich alleen richten op convergentie.

Het convergeren kan verschillende vormen aannemen (Dragojevic et al., 2016). In Tabel 1 staan de verschillende vormen uitgelegd.

Tabel 1. Verschillende vormen van convergentie (Dragojevic et al., 2016)

Vormen van accommodatie	Uitleg
Opwaartse convergentie	De communicatie wordt aangepast aan de communicatievorm met meer status.
Neerwaartse convergentie	De communicatie wordt aangepast aan de communicatievorm met minder status.
Volledige convergentie	Er wordt een andere taal gesproken.
Gedeeltelijke convergentie	Er worden slechts een aantal woorden aangepast.
Symmetrische convergentie	Beide sprekers passen zich aan elkaar aan.
Asymmetrische convergentie	Slechts één persoon past zich aan de gesprekspartner aan.
Unimodale convergentie	Er wordt maar op één vlak geconvergeerd, bijvoorbeeld alleen qua gebaren.
Multimodale convergentie	Er wordt op meerdere vlakken tegelijk geconvergeerd.
Convergentie op lange termijn	Er wordt over meerdere conversaties geconvergeerd.
Convergentie op korte termijn	Er wordt in een aantal zinnen geconvergeerd.

Mensen kunnen verschillende redenen hebben om te convergeren. Vaak doen ze dit om sociale goedkeuring te krijgen van hun gesprekspartner (Dragojevic et al., 2016). Volgens CAT vinden mensen personen die op henzelf lijken, in dit geval qua taalgebruik, leuker. Dragojevic et al. (2016) benoemen ook het willen profiteren van de gesprekspartner en het signaal afgeven dat ze tot dezelfde sociale groep behoren tot mogelijke motieven voor het convergeren naar een gesprekspartner. Daarnaast zorgt convergentie voor effectievere communicatie, en wordt de onzekerheid minder aangezien de communicatie voorspelbaarder wordt.

Vanwege de veelzijdigheid van het begrip accommodatie zijn er door de jaren heen veel verschillende onderzoeken uitgevoerd. De eerste onderzoeken en verslagen over CAT gingen voornamelijk over face-to-face communicatie (Hornsey & Gallois, 1998; Richmond & McCroskey, 2000; Willemyns, Gallois, Callan & Pittam, 1997). De laatste jaren, met de groeiende populariteit van sociale media, beginnen onderzoekers zich ook bezig te houden met de toepasbaarheid van CAT in *computer-mediated communication*, oftewel CMC. Diverse studies houden zich bezig met de vraag of accommodatie ook aanwezig is op verscheidene online chatmedia. Zo onderzocht Christopherson (2011) of er sprake is van convergentie in de online communicatie tussen bibliothecarissen en klanten, wat uiteindelijk ontkracht is door de resultaten. Uit het onderzoek van Danescu-Niculescu-Mizil et al. (2011) is gebleken dat er op Twitter wel sprake is van linguïstische stijlaccommodatie. Dit onderzoek

illustreert goed hoe robuust CAT is, omdat er veel communicatieve beperkingen zitten aan het medium Twitter. Hierbij kan er bijvoorbeeld gedacht worden aan het design van Twitter dat niet bedoeld is voor directe conversaties, de asynchrone vorm van communicatie en de destijds lengtebeperking van 140 tekens per bericht (Danescu-Niculescu-Mizil et al., 2011). Het maximaal aantal tekens per bericht is ondertussen verhoogd naar 280 (Twitter Developers, z.d.). Naast de toepasbaarheid van CAT op verschillende online media, is er ook gekeken naar de invloed van macht op accommodatie. Zo blijkt uit het onderzoek van Muir, Joinson, Cotterill en Dewdney (2017) dat mensen in een lagere machtspositie eerder convergeren naar mensen in een hogere machtspositie dan andersom. Als de mate van convergentie niet bij je machtspositie past, dan wordt dit als negatief ervaren door de gesprekspartner. Dit betekent dat mensen het niet waarderen als de persoon met meer macht zich convergeert naar de gesprekspartner met minder macht. Op het moment dat er tussen beide gesprekspartners geen machtsverschil zit, wordt convergentie positief beoordeeld (Muir et al., 2017).

1.3 Convergentie in *textism*gebruik

Zoals eerder vermeld, zal dit onderzoek een vervolg zijn op het onderzoek van Adams et al. (2018). *Textisms* werden hier gedefinieerd als “digitale *cues* die relationele betekenis, persoonlijkheid en emotie in gemedieerde interpersoonlijke interactie overbrengen” (p. 474). In het onderzoek werd er daarnaast ook gekeken naar de variabelen macht, gender en de mate van interesse in de gesprekspartner. Adams et al. (2018) maakten in het experiment onderscheid tussen 15 categorieën *textisms*: (1) *action-simulators*; (2) *cases-lower*; (3) *cases-upper*; (4) *emojis*; (5) *emoticons*; (6) *lexical-surrogates*; (7) *markers-extra*; (8) *markers-missing*; (9) *spatial-arrays*; (10) *word-expansions*; (11) *word-shorteners*; (12) *phrase-shorteners*; (13) *word-glitches*; (14) *word-substitutions*; en (15) *undefined*. Het onderzoek vormt opnieuw een bevestiging voor de werking van CAT. De resultaten lieten zien dat het *textism*gebruik van de zender het *textism*gebruik van de ontvanger positief beïnvloedt. Ook bevestigt het onderzoek dat mensen eerder geneigd zijn te convergeren als ze de gesprekspartner leuk vinden. Wat betreft macht vonden Adams et al. (2018) dat mensen in een hogere machtspositie minder *textisms* gebruikten dan mensen in een lage machtspositie. Geslacht heeft ook invloed op het gebruik van *textisms*. Vrouwen gebruiken over het algemeen meer *textisms*, mits de genderidentiteit als onbelangrijk wordt ervaren, en vrouwen zullen eerder convergeren naar het *textism*gebruik van hun gesprekspartner dan mannen (Adams et al., 2018). De onderzoekers merkten echter wel op dat de term *textism* in hun

onderzoek nog erg breed is. Daarom suggereren ze verder onderzoek dat kijkt naar specifieke onderdelen binnen *textisms*. Het huidige onderzoek zal hierop verdergaan door de term *textism* smaller te definiëren om specifiekere resultaten te verkrijgen.

Voor de smallere definitie van een *textism* wordt het onderzoek van Verheijen (2016) gebruikt. Verheijen definieert *textisms* als “transformaties van conventioneel gespelde woorden” (p. 277). Deze definitie *textisms* richt zich alleen op ‘verkeerde’ spelling in taalgebruik, terwijl Adams et al. (2018) ook bijvoorbeeld keken naar emoji’s en lexicale surrogaten. Lexicale surrogaten zijn woorden die gebruikt worden om non-verbale geluiden of uitingen na te bootsen (Adams et al., 2018). Terwijl Adams et al. de macht, het geslacht en de aantrekkelijkheid van de gesprekspartner manipuleerde om hierover uitspraken te kunnen doen, zullen de gesprekspartners in het huidige onderzoek zich inbeelden dat ze met een vriend of vriendin communiceren. Dit leidt tot de volgende onderzoeksvraag:

OZ-vraag 1: Gebruiken mensen meer textisms op WhatsApp als hun vriend of vriendin tijdens het whatsappen veel textisms gebruikt?

Daarnaast wordt er gekeken of het resultaat van Adams et al. (2018), waaruit bleek dat vrouwen eerder convergeren naar hun gesprekspartner dan mannen, gerepliceerd kan worden:

OZ-vraag 2: Heeft gender invloed op de mate waarin mensen convergeren naar het textismgebruik van hun vriend of vriendin op WhatsApp?

1.4 Convergentie op WhatsApp

Enkele studies hebben zich al beziggehouden met de vraag of convergentie zich ook voordoet in chatgesprekken, zoals op WhatsApp of Facebook Messenger. Over het algemeen vormen deze studies een bevestiging voor de aanwezigheid van convergentie in chatgesprekken.

Voorbeelden van deze studies zijn de hierboven besproken onderzoeken van Muir et al. (2017) en Adams et al. (2018). Een ander onderzoek onderzocht de relatie tussen emoji-accommodatie en machtsposities in chatgesprekken (Kroll, Braun & Stieglitz, 2018). Hieruit is onder andere gebleken dat mensen die normaal gesproken geen emoji’s gebruiken, dit wel gaan doen als hun gesprekspartner met een hogere machtspositie emoji’s gebruikt. Hiermee vormt ook het onderzoek van Kroll et al. (2018) een bevestiging voor het voorkomen van convergentie in chatgesprekken. Vanwege CAT en de bevestiging van de werking van CAT in chatgesprekken door verschillende studies, wordt er in deze studie vanuit gegaan dat er ook op WhatsApp convergentie plaatsvindt. Het onderzoek van Adams et al. (2018) heeft zelfs al bevestigd dat er sprake is van convergentie in *textism*gebruik tijdens chatgesprekken. De vraag is of dit resultaat ook standhoudt bij een smallere definitie van een *textism*, een *textism*

als onconventionele spelling, waarbij er geen rekening wordt gehouden met bijvoorbeeld emoji's, emoticons of lexicale surrogaten. De hypothese die past bij de eerste onderzoeksvraag luidt als volgt:

H1: Participanten die op WhatsApp door hun vriend of vriendin veel worden blootgesteld aan textisms, zullen in hun reacties ook meer textisms gebruiken.

1.5 Gender en accommodatie

Andere studies hebben zich beziggehouden met het verband tussen accommodatie en gender. Vrouwen worden in gesprekken over het algemeen als aardiger gezien en zouden meer bereid zijn om samen te werken dan mannen (Giles & Ogay, 2007). Ze zijn meer gericht op solidariteit en minder op ongelijkheden in macht en status, terwijl mannen juist graag aan het woord zouden willen zijn en taal gebruiken om status te verkrijgen (Giles & Ogay, 2007). Fitzpatrick, Mulac en Dindia (1995) vonden dat vrouwen eerder geneigd zijn om te convergeren dan mannen. De argumentatie hierachter luidt dat vrouwen liever een verbinding maken met hun gesprekspartner. Ook Adams et al. (2018) vonden dat vrouwen eerder convergeren naar mannen dan andersom. Toch is het niet altijd vanzelfsprekend dat vrouwen zich eerder aanpassen dan mannen. In het onderzoek van Wolf (2000) naar het gebruik van emoticons werd het emoticongebruik van mannen en vrouwen geobserveerd in groepen met deelnemers van hetzelfde geslacht en gemengde groepen. Hieruit bleek dat zowel mannen als vrouwen zich aan elkaar aanpassen wat betreft emoticongebruik in gemengde groepen. Omdat de meeste studies uitwijzen dat vrouwen eerder convergeren dan mannen, wordt er in dit onderzoek vanuit gegaan dat vrouwen meer convergeren naar het *textism*gebruik van hun gesprekspartner dan mannen. De hypothese die past bij de tweede onderzoeksvraag luidt daarom als volgt:

H2: Vrouwen zullen eerder geneigd zijn het gebruik van textisms over te nemen van een vriend of vriendin op WhatsApp dan mannen.

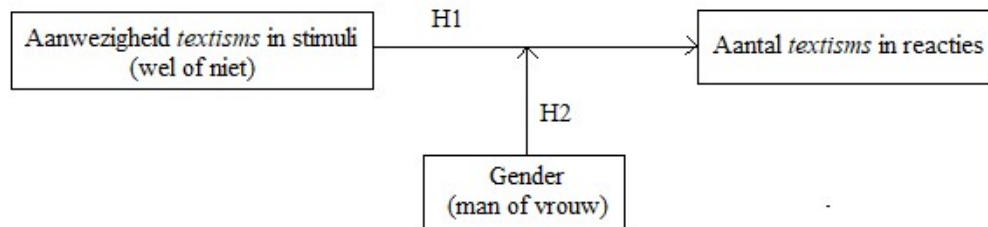
2. Methode

2.1 Analysemodel

De onderzoeksvragen werden beantwoord door middel van een experiment. De onafhankelijke variabele in het experiment was 'aanwezigheid *textisms* in stimuli'. Deze variabele was van nominaal meetniveau en bestond uit twee niveaus, wel aanwezig en niet

aanwezig. De afhankelijke variabele in dit onderzoek was ‘aantal *textisms* in reacties’. Deze variabele was van ratio meetniveau. ‘Gender’ functioneerde in het onderzoek als een modererende variabele van nominaal meetniveau en bestond uit twee niveaus, man en vrouw. Het volledige analysemodel is weergegeven in Figuur 1.

Figuur 1. Analysemodel



2.2 Materiaal

Om de onderzoeksvragen te beantwoorden werd er gebruik gemaakt van een vragenlijst. Deze vragenlijst werd gemaakt in Qualtrics¹, een programma dat erg geschikt is voor het maken en verwerken van enquêtes.

Er werden twee verschillende versies van de vragenlijst onder de participanten verspreid. Beide vragenlijsten begonnen met een introductie, waarin bovenaan met dikgedrukte letters werd vermeld dat de vragenlijst via een smartphone ingevuld dient te worden. De keuze om dit te vermelden was gebaseerd op het feit dat de meeste mensen WhatsApp op hun smartphone gebruiken. Door de respondenten te vragen om de vragenlijst op hun smartphone in te vullen werd er geprobeerd een normale chatsetting na te bootsen, zodat de externe validiteit gewaarborgd werd. Na deze opmerking begon de introductie met het voorstellen van de onderzoeker, waarna er werd uitgelegd dat de respondent dient te reageren op WhatsAppgesprekken die gepresenteerd zullen worden. Hierbij werd vermeld dat het van belang is dat ze reageren zoals ze normaal gesproken zouden reageren op een vriend of vriendin, en dat het gewaardeerd zou worden als ze een uitgebreid antwoord zouden formuleren. Deze laatste twee opmerkingen werden onderstreept om hier extra aandacht op te vestigen. Ten slotte werden de respondenten geïnformeerd over de anonimiteit in het

¹ Het voordeel van Qualtrics ten opzichte van andere enquêteprogramma's is de veelzijdigheid in keuzes qua design en het eenvoudig omzetten van de resultaten naar een SPSS-bestand voor verdere analyses.

verwerken van de data en werd er verteld dat ze op elk moment mochten besluiten niet verder mee te werken aan het onderzoek.

Na de introductie werd er allereerst een aantal demografische vragen gesteld over het geslacht, de leeftijd en het huidige of hoogst genoten opleidingsniveau van de respondenten. Deze vragen werden bewust als eerste gesteld. Uit het onderzoek van Teclaw, Price en Osatuke (2012) is namelijk gebleken dat meer mensen de demografische vragen beantwoorden als deze bovenaan de vragenlijst staan, zonder dat dit ten koste gaat van het aantal reacties op andere vragen. Beide versies eindigden met een stelling waarbij de respondenten moesten aangeven in hoeverre ze het er mee eens zijn. De stelling luidde: ‘Ik maak graag gebruik van afkortingen en chattaal op WhatsApp’. Onder de stelling stond een vijf-punts Likertschaal die liep van ‘Zeer mee oneens’ tot ‘Zeer mee eens’. Ter afsluiting werden de respondenten bedankt voor hun deelname, werd hen gevraagd om de vragenlijst verder door te sturen en kregen ze de optie om hun e-mailadres achter te laten om kans te maken op een cadeaubon.

Het verschil tussen de vragenlijsten lag in de WhatsAppgesprekken waarop de respondenten moesten reageren. In beide versies moest er op drie gesprekken, elk bestaande uit drie berichtjes, gereageerd worden. De controleconditie functioneerde als een nulmeting, waarin de WhatsAppberichten geen *textisms* bevatten. Met deze resultaten kon er worden achterhaald of en in hoeverre mensen uit zichzelf geneigd zijn *textisms* op WhatsApp te gebruiken en of dit significant verschilt met respondenten die de experimentele conditie hebben gekregen. In de experimentele conditie bevatten de gesprekken minimaal 2 *textisms* per berichtje. Verheijen (2016) maakt onderscheid tussen 12 verschillende categorieën *textisms*, zoals weergegeven in Tabel 2. Elke categorie is minimaal één keer gebruikt in de stimuli, met uitzondering van de categorie ‘Visuele herspelling’. Uit het onderzoek van Verheijen (2015) was namelijk gebleken dat dit soort *textisms* bijna niet gebruikt worden tijdens het chatten, waardoor inclusie van deze categorie mogelijk onnatuurlijk zou kunnen aanvoelen voor de respondenten. Andere categorieën, zoals ‘Samentrekking’ en ‘Clipping’ zijn juist vaker gebruikt omdat uit hetzelfde onderzoek is gebleken dat deze categorieën vaker voorkomen in chatgesprekken.

Tabel 2. De 12 categorieën *textisms* van Verheijen (2016)

Categorie	Uitleg	Voorbeeld
Initialisme	“Eerste letters van elk woord/element in een samenstelling, woordgroep, zin, of uitroep.”	hvj (hou van jou)
Samentrekking	“Weglaten van letters (vooral klinkers) van het midden van een woord.”	idd (inderdaad)
Clipping	“Weglaten van de laatste letter van een woord.”	chille (chillen)
Verkorting	“Weglaten van het einde of soms begin van een woord.”	wan (wanneer)
Fonetische herspelling	“Vervangen van letter(s) van een woord door andere letter(s), terwijl de accurate letter-klankpatronen van de standaardtaal worden toegepast.”	ofso (ofzo)
Enkele-letter/ cijferhomofoon	“Vervangen van een heel woord door een fonologisch gelijkende of identieke letter of cijfer.”	t (het)
Alfanumerieke homofoon	“Vervangen van een deel van een woord door fonologisch gelijkende of identieke letter(s) en/of nummer(s).”	suc6 (succes)
Visuele herspelling	“Vervangen van letter(s) door grafisch gelijkende non-alfabetische symbol(en) (speciale tekens of nummers).”	m%i (mooi)
Reduplicatie	“Herhalen van letter(s).”	neeeee (nee)
Accentstilerings	“Een woord uit informele spreektaal, eventueel met een accent, gespeld zoals het klinkt.”	hoezut (hoe is het)
Afkortingen uit de standaardtaal		o.a. (onder andere)
Onconventioneel gebruik van spaties, interpunctie, diakritische tekens en hoofdletters		nee!! (nee!)
Overige		

Om de kans op convergentie te vergroten werden de respondenten verzocht om zich voor te stellen dat ze aan het whatsappen zijn met hun vriend of vriendin. Mensen willen namelijk over het algemeen leuk gevonden worden door hun vrienden, met als gevolg dat ze eerder convergeren naar de communicatiestijl van hun vriend of vriendin (Dragojevic et al., 2016). Een andere optie was om te kiezen voor een gesprekspartner met een hogere machtspositie. Uit de studie van Muir et al. (2017) kwam namelijk naar voren dat mensen in een lagere machtspositie eerder convergeren naar de gesprekspartner in een hogere

machtspositie dan andersom. Het nadeel hiervan is echter dat uit verschillende onderzoeken is gebleken dat mensen met een hogere machtspositie minder *textisms* gebruiken (Muir et al., 2017; Adams et al., 2018). De experimentele conditie, waarin *textisms* verwerkt zitten, zou om deze reden minder natuurlijk aan kunnen voelen als de berichten afkomstig zijn van iemand met een hogere machtsfunctie.

Er is in deze studie gekozen voor het medium WhatsApp, omdat dit in Nederland een veelgebruikt sociaal medium is. Volgens het Nationale Social Media Onderzoek van Newcom had WhatsApp in 2020 12,1 miljoen Nederlandse gebruikers waarvan 9,3 miljoen dagelijkse gebruikers (Van der Veer, Boeke & Hoekstra, 2020). Hiermee is WhatsApp het meest gebruikte sociale medium in Nederland. Vanwege de grootschaligheid van het medium, vormt WhatsApp een ideaal platform om online communicatie te onderzoeken. De resultaten uit het onderzoek van Verheijen (2016) waren een extra motivatie om te kiezen voor het medium WhatsApp. Hieruit bleek namelijk dat mensen meer *textisms* gebruiken op WhatsApp en MSN dan op Twitter en in sms'jes vanwege de hogere mate van interactiviteit.

Boven het WhatsAppgesprek stond bewust geen foto of naam. Hiervoor werd gekozen om factoren zoals geslacht, etniciteit en aantrekkelijkheid van de gesprekspartner uit te sluiten. De inhoud van de gesprekken ging over onderwerpen die vrienden vaak met elkaar bespreken, ongeacht geslacht, leeftijd of sociaal-demografische kenmerken van de gesprekspartners. De gesprekken in de vragenlijst betroffen de onderwerpen: afspreken om samen te lunchen, beslissen wat vanavond ondernomen wordt en vragen hoe de vakantie was.

De respondenten werden de gehele vragenlijst met 'je' aangesproken. Hiermee werd er geprobeerd, ondanks de formele onderzoekssetting, een informeel gevoel bij de respondenten te creëren. Dit informele gevoel is van belang voor de externe validiteit, aangezien het reageren op whatsappjes van je vrienden ook een informele aangelegenheid is. De vragenlijst is in Appendix A weergegeven.

2.3 Proefpersonen

De proefpersonen die hebben deelgenomen aan het experiment werden verworven via het netwerk van de onderzoeker. De onderzoeker stuurde de vragenlijst via WhatsApp naar mensen in diens directe omgeving met de vraag om deze door te sturen naar hun verdere netwerk. Deze aanpak van proefpersonenwerving, ook wel het sneeuwbal effect genoemd (Treadwell, 2017), kan het risico met zich meebrengen dat de respondenten de aard van het onderzoek bespreken voordat iedereen de vragenlijst ingevuld heeft. Dit zou de betrouwbaarheid van het onderzoek in het geding kunnen brengen. In het huidige onderzoek

is het echter onwaarschijnlijk dat respondenten de aard van het onderzoek konden weten. De respondenten werden namelijk slechts aan één conditie blootgesteld (wel of geen *textisms*) en kregen na afloop niet het doel van het onderzoek te horen. Door deze tactiek van proefpersonenwerving was de uiteindelijke proefpersonengroep erg divers geworden. Dit heeft gezorgd voor een goede validiteit van de populatie. Er waren geen eisen waaraan de respondenten moesten voldoen om te kunnen participeren in het onderzoek.

In totaal hebben 118 proefpersonen de vragenlijst ingevuld, waarvan de data van 6 proefpersonen niet gebruikt konden worden aangezien deze personen niet alle berichtjes beantwoord hadden. De overige 112 proefpersonen bestonden uit 43 (39,1%) mannen en 67 (60,9%) vrouwen. Twee proefpersonen hadden hun geslacht niet gespecificeerd en de data hiervan werden om deze reden niet meegenomen bij het berekenen van de invloed van geslacht op convergentie in *textism*gebruik. De leeftijd van de proefpersonen varieerde tussen 14 en 67 jaar met een gemiddelde van 33,1 jaar ($SD = 15.55$), waarbij ook weer twee proefpersonen hun leeftijd niet ingevuld hadden. De meeste proefpersonen hadden als huidige of hoogst behaalde opleiding hbo (33%) ingevuld, gevolgd door wo bachelor (25,9%) en wo master (19,6%). Andere opleidingen kwamen minder vaak voor. In Tabel 3 staat het complete overzicht van de huidige of hoogst behaalde opleiding van de respondenten. Uit de χ^2 -toets tussen Geslacht en Opleidingsniveau bleek geen verband te bestaan ($\chi^2(9) = 6.14, p = .726$). Dit betekent dat er geen verschil in opleidingsniveau aanwezig was tussen beide geslachten.

Tabel 3. Huidige of hoogst behaalde opleidingsniveau van de respondenten

Opleidingsniveau	Aantal	Percentage
Basisonderwijs	1	0,9%
Vmbo	2	1,8%
Mavo	3	2,7%
Havo	1	0,9%
Vwo	9	8,0%
Mbo	6	5,4%
Hbo	37	33,0%
Wo-bachelor	29	25,9%
Wo-master	22	19,6%
Anders, namelijk:		
Hbo-master	1	0,9%
Wo-doctoraal	1	0,9%

De meeste respondenten waren het oneens met de stelling dat ze graag gebruik maken van afkortingen en chattaal op WhatsApp (29,5%), gevolgd door neutraal (24,1%), eens

(23,2%), sterk mee oneens (17,9%) en sterk mee eens (5,4%). Uit de χ^2 -toets tussen Conditie en Waardering *textism*gebruik bleek geen verband te bestaan ($\chi^2 (4) = 9.18, p = .057$). Hieruit blijkt dat de conditie die de respondenten kregen geen invloed had op hun waardering van *textism*gebruik op WhatsApp.

Voor een betrouwbaar resultaat is het van belang dat de proefpersonen binnen één geslacht gelijk over de condities verspreid worden. Uit de χ^2 -toets tussen Geslacht en Conditie bleek geen verband te bestaan ($\chi^2 (1) = .08, p = .779$). Dit betekent dat er een goede spreiding was binnen beide geslachten over de condities.

2.4 Onderzoeksontwerp

Het experiment had een tussenproefpersoonontwerp met twee condities. Iedere proefpersoon kreeg slechts één van de twee versies van de vragenlijst te zien. Hiermee werd het leereffect bestreden dat kan optreden wanneer een proefpersoon beide vragenlijsten voor zich krijgt. De helft van de proefpersonen zat in een controlegroep, waarbij er geen *textisms* in de stimuli verwerkt zat. De andere helft kreeg een vragenlijst waarin minimaal twee *textisms* in elk berichtje verwerkt zat. De toedeling van de proefpersonen aan de verschillende groepen werd willekeurig door Qualtrics gedaan.

2.5 Instrumentatie

De afhankelijke variabele in het onderzoek was ‘aantal *textisms* in reacties’. Om dit te kunnen meten moest er een duidelijke definitie beschikbaar zijn waarmee besloten kon worden wat als *textism* geldt en wat niet. In het onderzoek werd er gebruik gemaakt van de definitie van Verheijen (2016): “transformaties van conventioneel gespelde woorden” (p. 277). Ook werd het onderscheid tussen verschillende categorieën van Verheijen gehanteerd. In Tabel 2 staan de verschillende categorieën uitgelegd. Verheijen (2016) maakt uitzonderingen voor enkele spelfouten. Spelfouten die over het algemeen sterk worden afgekeurd vallen niet onder de term *textism*. Dit zijn spelfouten wat betreft: d/t, ei/ij, is/eens, jou/jouw, n (tussen-n of slot-n). Ook in dit onderzoek werden deze spelfouten niet als *textisms* gerekend.

Om de betrouwbaarheid te verzekeren zijn de reacties van 15% van de respondenten onafhankelijk door een medestudent gecodeerd. Dit staat gelijk aan de reacties van 18 respondenten. De interbeoordelaarsbetrouwbaarheid van de variabele Totaal aantal *textisms* was adequaat: $\kappa = .78, p < .001$. De tweede beoordelaar kreeg van tevoren een e-mail met instructies voor het coderen (zie Appendix B). Hierin stonden ook enkele uitzonderingen en

aanvullingen vermeld ten opzichte van de categorisatie van Verheijen (2016). De belangrijkste aanpassing was het excluseren van hoofdlettergebruik aan het begin van de zin en interpunctie aan het einde van de zin. Verheijen (2018) heeft in een later onderzoek ook besloten dit niet mee te rekenen als *textisms*, met de beredenering dat het van de software van een smartphone afhangt of er bijvoorbeeld automatisch een hoofdletter aan het begin van de zin geplaatst wordt. Het constante gebruik van een kleine letter aan het begin van de zin is om deze reden geen vorm van *textism*gebruik, maar eerder een gevolg van “technologische selectie” (p. 125). Deze ‘fouten’ werden door veel respondenten elke zin opnieuw gemaakt, waardoor het totaal aan *textisms* bijna alleen maar uit de schending van deze regels zou bestaan. Zonder deze exclusie zou er geen goed beeld van het *textism*gebruik van de respondenten geschetst kunnen worden.

2.6 Procedure

De proefpersonen ontvingen de vragenlijst via WhatsApp. Vanwege het verzoek aan de respondenten om de vragenlijst via de smartphone in te vullen, is de verwachting dat de meerderheid de vragenlijst ook daadwerkelijk via de smartphone heeft ingevuld. De proefpersonen werden gemotiveerd om mee te doen door middel van een winactie. Tussen alle respondenten die hun e-mailadres hadden achtergelaten werd een Bol.com cadeaubon ter waarde van 10 euro verloot. Bij het whatsappje dat ze binnenkregen met de link naar Qualtrics stond een kort tekstje waarin werd vermeld dat deelname aan dit experiment de onderzoeker zal helpen met het uitvoeren van de bachelorscriptie, dat de afname slechts 5 minuutjes duurt en dat ze kans maken op een Bol.com cadeaubon. De afname van de vragenlijst verliep individueel en de proefpersonen konden dit in hun eigen tijd en omgeving doen. De gemiddelde afnametijd van de respondenten was 13 minuten en 6 seconden ($SD = 59$ minuten en 13 seconden). De afnametijd varieerde tussen 1 minuut en 33 seconden en 10 uur, 30 minuten en 49 seconden. Een afnametijd van 10,5 uur is voor deze vragenlijst niet waarschijnlijk. Deze respondent zal tussendoor iets anders hebben gedaan, waardoor de daadwerkelijke afnametijd meer in de buurt van 13 minuten zal liggen. De proefpersonen konden te allen tijde stoppen met het experiment zonder verdere consequenties. Van tevoren werd het doel van het experiment niet vermeld om te voorkomen dat mensen antwoorden gaan geven waarvan zij denken dat die gezocht worden. De procedure verliep voor iedere proefpersoon gelijk, op het verschil in conditie (wel of geen *textisms* in stimuli) na. Er waren twee factoren die het verloop van de vragenlijst belemmerden. Allereerst was er een enkeling die de introductie niet had gelezen, waardoor er niet begrepen werd wat er van hen verwacht

werd tijdens de vragenlijst. Daarnaast was er een oudere respondent die de versie met *textisms* toebedeeld kreeg en niet begreep wat er stond. De data van deze respondenten zijn niet gebruikt, want deze informatie is niet nuttig voor verdere analyses.

2.7 Statistische toetsing

Verbanden tussen de variabelen werden getest door middel van een tweeweg univariate ANOVA. Alle statistische toetsen werden uitgevoerd met IBM SPSS Statistics.

3. Resultaten

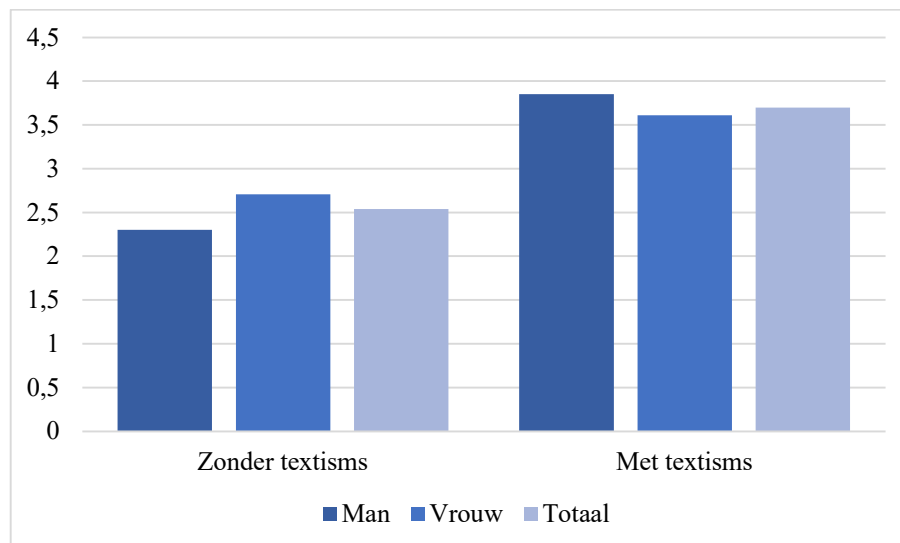
Om te controleren of het aantal gebruikte *textisms* door de respondenten niet significant verschilde per gesprekje is er een eenweg univariate variantie-analyse uitgevoerd. Uit de eenweg variantie-analyse van Gesprekje op Aantal *textisms* bleek geen significant hoofdeffect van Gesprekje ($F(2,333) < 1, p = .730$). Dit betekent dat het aantal gebruikte *textisms* door de respondenten niet verschilde per gesprekje.

Uit de tweeweg variantie-analyse van Conditie en Geslacht op Totaal aantal *textisms* bleek een significant hoofdeffect van Conditie ($F(1, 106) = 4.14, p = .044$). Het bleek dat proefpersonen die blootgesteld werden aan de conditie met *textisms* ($M = 3.70, SD = 3.21$) meer *textisms* in hun reacties gebruikten dan de proefpersonen die werden blootgesteld aan de conditie zonder *textisms* ($M = 2.54, SD = 2.89$). Dit geeft antwoord op OZ-vraag 1 en bevestigt H1: participanten die op WhatsApp door een vriend of vriendin veel worden blootgesteld aan *textisms*, gebruiken in hun reacties ook meer *textisms*. Er bleek echter geen significant hoofdeffect van Geslacht ($F(1, 106) = .02, p = .896$), en er trad ook geen interactie op tussen Conditie en Geslacht ($F(1, 106) < 1$). Dit geeft antwoord op OZ-vraag 2 en ontkracht H2: vrouwen zijn niet eerder geneigd het gebruik van *textisms* over te nemen van een vriend of vriendin op WhatsApp dan mannen. De resultaten staan overzichtelijk weergegeven in Tabel 4 en Figuur 2.

Tabel 4. De gemiddeldes en standaardafwijkingen (tussen haakjes) van het aantal *textisms* in de reacties van de respondenten in functie van de conditie van de vragenlijst en het geslacht van de respondent

	Conditie 1: Zonder <i>textisms</i>			Conditie 2: Met <i>textisms</i>		
	Man <i>N</i> = 23	Vrouw <i>N</i> = 34	Totaal <i>N</i> = 57	Man <i>N</i> = 20	Vrouw <i>N</i> = 33	Totaal <i>N</i> = 53
Aantal <i>textisms</i> in reacties	2.30 (2.18)	2.71 (3.30)	2.54 (2.89)	3.85 (2.72)	3.61 (3.52)	3.70 (3.21)

Figuur 2. Het aantal *textisms* in de reacties van de respondenten in functie van de conditie van de vragenlijst en het geslacht van de respondent



In totaal zijn er 344 *textisms* gebruikt in de reacties van de respondenten. De meest voorkomende categorieën zijn ‘Onconventioneel gebruik van spaties, interpunctie, diakritische tekens en hoofdletters’ (37,8%), ‘Reduplicatie’ (22,7%) en ‘Enkele-letter/cijferhomofon’ (12,5%). De categorie ‘Visuele herspelling’ is de enige categorie die niet is voorgekomen in de reacties van de respondenten. In Tabel 5 wordt een overzicht weergegeven van het voorkomen van de verschillende categorieën. De meest gebruikte woorden die onder de categorie ‘Onconventioneel gebruik van spaties, interpunctie, diakritische tekens

en hoofdletters' vallen zijn 'cafe' en 'google maps', waarbij respectievelijk het diakritische teken op de é en de hoofdletters zijn weggelaten. 'Heyyy' en 'jaaa' zijn voorbeelden van reduplicatie, terwijl 'ff' en 't' vaak voorkwamen als enkele-letter/cijferhomofoon. Hierbij moet vermeld worden dat 'ff' in strikte zin geen enkele-letterhomofoon is, het bestaat namelijk uit twee letters. Toch is ervoor gekozen om het in deze categorie onder te brengen omdat 'ff' te vaak werd gebruikt om het onder 'overig' te scharen en het daarnaast het best past bij 'Enkele-letter/cijferhomofoon'. Hoewel de meerderheid van de respondenten aangaf zelf niet graag *textisms* te gebruiken, bleek dit niet uit hun daadwerkelijke *textism*gebruik. Slechts 18 van de 112 respondenten hebben geen *textisms* gebruikt in hun reacties.

Tabel 5. De frequentie en voorbeelden van de categorieën *textisms* in de reacties van respondenten

Categorie	Aantal	Percentage	Voorbeeld
Initialisme	11	3,2%	idk (I don't know)
Samentrekking	9	2,6%	gwn (gewoon)
Clipping	8	2,3%	goe (goed)
Verkorting	7	2,0%	miss (misschien)
Fonetische herspelling	6	1,7%	nixxx (niks)
Enkele-letter/cijferhomofoon	43	12,5%	t (het)
Alfanumerieke homofoon	1	0,3%	1ste (eerste)
Visuele herspelling	0	0,0%	-
Reduplicatie	78	22,7%	jaaa (ja)
Accentstileren	17	4,9%	gaattie (gaat het)
Afkortingen uit de standaardtaal	11	3,2%	aub (alstublieft)
Onconventioneel gebruik van spaties, interpunctie, diakritische tekens en hoofdletters	130	37,8%	leuk!! (leuk!)
Overige	23	6,7%	yupyup (yup)

Ondanks het beperken van de gevallen die onder de categorie 'Onconventioneel gebruik van spaties, interpunctie, diakritische tekens en hoofdletters' vallen, komt deze categorie het meest voor in de reacties van de respondenten. Dit leidt ertoe dat het een grote invloed heeft op de uitkomst van de analyse. Het onderscheid in twee subgroepen van *textisms*, namelijk woordaanpassingen en structurele aanpassingen, van Cingel en Sundar (2012) komt hierbij goed van pas. De categorie 'Onconventioneel gebruik van spaties, interpunctie, diakritische tekens en hoofdletters' valt als enige onder de term structurele aanpassingen, terwijl de andere categorieën allemaal voorbeelden zijn van

woordaanpassingen. Om te kijken of de resultaten standhouden zonder structurele aanpassingen is er nog een tweeweg univariate ANOVA uitgevoerd waarin deze categorie niet meegerekend is. Uit de tweeweg variantie-analyse van Conditie en Geslacht op Totaal aantal woordaanpassingen bleek geen significant hoofdeffect van Conditie ($F(1, 106) = 2.35$, $p = .128$). Ook bleek er geen significant hoofdeffect van Geslacht ($F(1, 106) = .01$, $p = .922$) en trad er geen interactie op tussen Conditie en Geslacht ($F(1, 106) < 1$). De resultaten staan overzichtelijk weergegeven in Tabel 6. De resultaten laten zien dat de respondenten alleen naar hun vriend of vriendin convergeren als er naast woordaanpassingen ook gekeken wordt naar structurele aanpassingen.

Tabel 6. De gemiddeldes en standaardafwijkingen (tussen haakjes) van het aantal woordaanpassingen in functie van de conditie van de vragenlijst en het geslacht van de respondent

	Conditie 1: Zonder <i>textisms</i>			Conditie 2: Met <i>textisms</i>		
	Man <i>N</i> = 23	Vrouw <i>N</i> = 34	Totaal <i>N</i> = 57	Man <i>N</i> = 20	Vrouw <i>N</i> = 33	Totaal <i>N</i> = 53
Aantal <i>textisms</i> in reacties	1.43 (2.02)	1.74 (2.66)	1.61 (2.40)	2.55 (2.09)	2.15 (2.98)	2.30 (2.66)

4. Conclusie en Discussie

Uit de resultaten van dit experiment kan geconcludeerd worden dat mensen meer *textisms* op WhatsApp gebruiken als hun vriend of vriendin dit ook doet. Dit betekent dat mensen convergeren naar het *textism*gebruik van hun gesprekspartner, wat de eerste hypothese bevestigt. Tegen de verwachting van de tweede hypothese in, blijkt uit de resultaten echter ook dat vrouwen niet eerder geneigd zijn te convergeren naar hun vriend of vriendin op WhatsApp dan mannen.

Vanwege het veelvoudig voorkomen van de categorie ‘Onconventioneel gebruik van spaties, interpunctie, diakritische tekens en hoofdletters’ in de reacties van de respondenten werd er een tweede toets gedaan om te kijken of mensen nog steeds convergeren naar het *textism*gebruik van hun vriend of vriendin als deze categorie buiten beschouwing wordt

gelaten. Dit blijkt niet het geval te zijn; mensen convergeren alleen naar het *textism*gebruik van hun gesprekspartner als er zowel naar woordaanpassingen als structurele aanpassingen wordt gekeken. Tevens blijkt er geen verschil te zijn in de mate waarin mannen en vrouwen convergeren naar het gebruik van woordaanpassingen door hun gesprekspartner.

Wat betreft de categorieën *textisms* die de respondenten gebruikten springen er een aantal uit. Voornamelijk ‘Onconventioneel gebruik van spaties, interpunctie, diakritische tekens en hoofdletters’ werd veel door de respondenten gebruikt, ondanks dat het ontbreken van hoofdletters aan het begin van de zin en interpunctie aan het eind van de zin niet werden meegerekend als *textisms* tijdens het coderen. Ook ‘Reduplicatie’ en ‘Enkele-letter/cijferhomofoon’ werden regelmatig gebruikt. De categorieën ‘Visuele herspelling’ en ‘Alfanumerieke homofoon’ kwamen juist niet tot nauwelijks voor in de reacties van de respondenten.

Dit onderzoek vormt opnieuw een bevestiging van de werking van CAT op online communicatie en repliceert het resultaat van Adams et al. (2018) dat mensen convergeren naar het *textism*gebruik van hun gesprekspartners in chatgesprekken. De huidige studie bevestigt tevens de robuustheid van CAT zoals besproken in Danescu-Niculescu-Mizil et al. (2011). Terwijl het onderzoek van Danescu-Niculescu-Mizil et al. liet zien dat CAT zelfs toepasbaar is op Twitter, een medium met verschillende communicatieve beperkingen, laat het huidige onderzoek zien dat CAT ook op een smallere definitie van de term *textism* toepasbaar is. Daarnaast wordt de bevinding van Muir et al. (2017) bevestigd, waarin wordt gesteld dat convergentie positief beoordeeld wordt als er geen machtsverschil tussen gesprekspartners aanwezig is. In het huidige onderzoek waren de gesprekspartners vrienden, wat betekent dat het eventuele machtsverschil tussen de gesprekspartners slechts minimaal zal zijn geweest. Aangezien de respondenten convergeerden naar het taalgebruik van hun vriend of vriendin, lijkt convergentie in deze situatie inderdaad positief beoordeeld te worden.

Het gevonden resultaat wat betreft de functie van gender in convergentie is echter wel tegenstrijdig met eerdere studies. Waar eerdere studies vonden dat vrouwen meer convergeerden naar de gesprekspartner dan mannen (Adams et al., 2018; Fitzpatrick et al., 1995), bleek er uit dit onderzoek geen verschil in de mate van convergentie tussen mannen en vrouwen. Een mogelijke verklaring voor het uitblijven van een dergelijk resultaat komt voort uit de beslissing om de deelnemer op een vriend of vriendin te laten reageren. De keuze was hierop gevallen omdat literatuur uitwijst dat mensen eerder convergeren naar personen waarvan ze willen dat ze hen leuk vinden, zoals een vriend of vriendin (Dragojevic et al., 2016). Het is echter mogelijk dat om deze reden zowel mannen als vrouwen veel motivatie

hebben om te convergeren, waardoor er geen verschil in convergentie gevonden is tussen beide geslachten. Wellicht wordt het verschil wel gevonden als er gereageerd wordt op iemand waarbij de deelnemers het minder van belang vinden dat ze leuk gevonden worden. Vervolgonderzoek zou hetzelfde experiment kunnen uitvoeren met verschillende soorten gesprekspartners. Denk hierbij aan gesprekspartners met verschillende mate van macht, aantrekkelijkheid en herkenning. Een andere verklaring kan gevonden worden in de bevindingen van Wolf (2000). Hieruit bleek dat zowel mannen als vrouwen naar elkaar convergeren als ze zich in gemengde groepen bevinden. In de huidige studie wisten de respondenten niet welk geslacht hun gesprekspartner had, waardoor mogelijk zowel de mannelijke als vrouwelijke respondenten ‘voor de zekerheid’ convergeerden.

De bevestiging van de werking van CAT op *textism*gebruik vervalt echter als er alleen wordt gekeken naar woordaanpassingen en de categorie ‘Onconventioneel gebruik van spaties, interpunctie, diakritische tekens en hoofdletters’ om deze reden niet wordt meegerekend als *textism*. Een mogelijke verklaring hiervoor kan liggen in de aangegeven negatieve waardering ten opzichte van chattaal en afkortingen door de meerderheid van de respondenten. Veel mensen zullen vanwege het saillantere karakter van woordaanpassingen, chattaal en afkortingen eerder associëren met woordaanpassingen dan met structurele aanpassingen. De negatieve attitude ten opzichte van chattaal en afkortingen zal er daarom toe hebben geleid dat de respondenten niet convergeerden naar het gebruik van woordaanpassingen door de gesprekspartner. Het herkennen van de *textisms* in de experimentele conditie zal wel het effect hebben gehad dat ze zich wat vrijer voelden om informeel te communiceren, wat resulteerde in meer structurele aanpassingen in de reacties ten opzichte van de controlegroep. Dit zou tevens verklaren waarom veel respondenten gebruik maakten van *textisms*, ondanks dat de meerderheid bij de stelling aangaf dit niet graag te doen. Aangezien er minder snel aan structurele aanpassingen gedacht wordt bij chattaal en afkortingen, zal het voor hen niet tegenstrijdig voelen om ondanks de negatieve waardering ten opzichte van chattaal en afkortingen, structurele aanpassingen te gebruiken in de reacties. Vervolgonderzoek zou dit verder kunnen onderzoeken door zich te focussen op de attitudes die mensen hebben ten opzichte van *textisms*. Hebben mensen daadwerkelijk minder waardering voor woordaanpassingen en wat is het gevolg van deze attitudes voor *textism*gebruik? Het afnemen van interviews is hier een geschikte methode voor.

Bij nadere inspectie geeft de huidige studie tevens extra bevestiging voor de bevinding van Verheijen (2016) dat tieners (12-17) meer *textisms* gebruiken dan jongvolwassenen (18-23). Vier respondenten van de huidige studie waren tieners, terwijl de anderen allemaal 18

jaar of ouder waren en om die reden tot de categorie (jong)volwassenen behoorden. Terwijl de meerderheid van de respondenten aangaf niet graag gebruik te maken van *textisms*, waren de tieners het ‘Eens’ ($N = 2$) of zelfs ‘Zeer mee eens’ ($N = 2$) met de stelling dat ze graag gebruik maken van afkortingen en chattaal. Deze positieve houding ten opzichte van het gebruik van chattaal en afkortingen, dat in contrast staat met de negatievere houding van de (jong)volwassenen, impliceert dat tieners inderdaad meer *textisms* gebruiken. In het huidige onderzoek gebruikten drie van de vier tieners dan ook meer *textisms* dan het gemiddelde van hun conditie. Vanwege het gebrek aan tieners in de respondentengroep is er ook hierbij vervolgonderzoek nodig over attitudes om goed gefundeerde uitspraken, die gebaseerd zijn op meer dan alleen observaties, te doen. In dit geval zou er gekeken kunnen worden naar het verschil tussen tieners, jongvolwassenen en volwassenen wat betreft hun attitude ten opzichte van het gebruik van *textisms*.

Het onderzoek heeft echter ook enkele beperkingen. Allereerst is het lastig de externe validiteit te waarborgen wanneer het experiment via een vragenlijst wordt uitgevoerd. Mensen whatsappen met hun vriend of vriendin vaak in een ontspannen situatie. Doordat de respondenten wisten dat hun antwoorden gebruikt zullen worden voor een onderzoek, zal er toch wat meer druk op hebben gestaan. Dit zou ervoor gezorgd kunnen hebben dat ze ‘netter’ probeerden te typen dan normaal. Daarnaast zullen ze zich wellicht niet zo vrij hebben gevoeld om te zeggen wat ze willen. Vervolgonderzoek zou kunnen kijken of er andere resultaten gevonden worden als de externe validiteit verbeterd wordt. Een mogelijkheid hiervoor zou zijn om bestaande WhatsAppgesprekken tussen vrienden te coderen. Zo kan er middels een corpusonderzoek gezocht worden naar een correlatie tussen het aantal gebruikte *textisms* van de verstuurder en het aantal gebruikte *textisms* van de ontvanger. Daarnaast bleek de gebruikte definitie van een *textism* alsnog vrij breed. Omdat de categorie ‘Onconventioneel gebruik van spaties, interpunctie, diakritische tekens en hoofdletters’ een grote invloed had op de resultaten, zou het als een aparte groep moeten worden gezien. Aanvullend onderzoek zou zich kunnen beperken tot woordaanpassingen. Ten slotte was de verdeling in geslacht van de respondenten niet helemaal gelijk. Aangezien de resultaten van mannen en vrouwen met elkaar worden vergeleken, is het van belang dat de verdeling in geslacht zo evenredig mogelijk is.

De bevindingen van deze studie kunnen van pas komen in het bedrijfsleven. De convergentie van de respondenten naar het taalgebruik van de gesprekspartners impliceert dat het zowel verwacht als gewaardeerd wordt dat mensen convergeren tijdens het online chatten. Het is om die reden aan te raden om als bedrijf in online klantinteracties te convergeren naar

het taalgebruik van de klant. Dit zal door de klant als positief worden ervaren, wat kan leiden tot betere attitudes ten opzichte van het gesprek en het bedrijf. Aanvullend onderzoek zou nog moeten onderzoeken of het positieve effect van convergentie niet wordt overschaduwd door mogelijke negatieve effecten die het *textism*gebruik kan hebben op andere afhankelijke variabelen, zoals waargenomen professionaliteit. Mocht dit wel het geval zijn, dan kan een organisatie overwegen te convergeren naar andere aspecten van het online taalgebruik, zoals emoji-gebruik of het gebruik van Engelse termen. Hier liggen dus nog mogelijkheden voor maatschappelijk relevant vervolgonderzoek.

Het huidige onderzoek bevestigt dus de uitspraak van Adams et al. (2018) dat mensen naar het *textism*gebruik van hun gesprekspartner convergeren in chatgesprekken, maar zet daar direct een kanttekening bij. Uit de huidige studie kan worden opgemaakt dat CAT alleen toepasbaar is als er naast woordaanpassingen ook naar structurele aanpassingen wordt gekeken. Dit is een belangrijke bevinding die het belang van een onderscheid in *textisms* tussen woordaanpassingen en structurele aanpassingen voor vervolgstudies benadrukt.

5. **Bibliografie**

- Adams, A., Miles, J., Dunbar, N., & Giles, H. (2018). Communication accommodation in text messages: Exploring liking, power, and sex as predictors of textisms. *Journal of Social Psychology, 158*(4), 474-490.
- Christopherson, L. (2011). Can u help me plz?? Cyberlanguage accommodation in virtual reference conversations. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology, 48*(1), 1-9.
- Cingel, D., & Sundar, S. (2012). Texting, techspeak, and tweens: The relationship between text messaging and English grammar skills. *New Media and Society, 14*(8), 1304-1320.
- Danescu-Niculescu-Mizil, C., Gamon, M., & Dumais, S. (2011). Mark my words! Linguistic style accommodation in social media. In S. Srinivasan, K. Ramamritham, A. Kumar, M.P. Ravindra, E. Bertino, & R. Kumar (Reds.), *Proceedings of the 20th International Conference on World Wide Web* (pp. 745-754). New York, NY: ACM.
- Dragojevic, M., Gasiorek, J., & Giles, H. (2016). Accomodative strategies as core of the theory. In H. Giles (Red.), *Communiation Accomodation Theory: Negotiating Personal Relationships and Social Identities Across Contexts* (pp. 36-59). Cambridge, Verenigd Koninkrijk: Cambridge University Press.
- Dragojevic, M., & Giles, H. (2014). Language and interpersonal communication: Their intergroup dynamics. In C.R. Berger (Red.), *Interpersonal Communication* (pp. 29-52). Berlin/Boston, Duitsland/MA: de Gruyter.
- Drouin, M., & Driver, B. (2012). Texting, textese and literacy abilities: A naturalistic study. *Journal of Research in Reading, 37*(3), 250-267.
- Fitzpatrick, M. A., Mulac, A., & Dindia, K. (1995). Gender-preferential language use in spouse and stranger interaction. *Journal of Language and Social Psychology, 14*(1-2), 18-39.
- Giles, H., Coupland, J., & Coupland, N. (1991). Accommodation theory: Communication, context, and consequence. In H. Giles, J. Coupland, & N. Coupland (Reds.), *Contexts of Accommodation* (pp. 1-68). New York, NY: Cambridge UP.
- Giles, H., & Ogay, T. (2007). Communication accommodation theory. In B.B. Whaley, & W. Samter (Reds.), *Explaining communication: Contemporary theories and examplars* (pp. 293-310). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Hornsey, M., & Gallois, C. (1998). The impact of interpersonal and intergroup

- communication accommodation on perceptions of Chinese students in Australia. *Journal of Language and Social Psychology*, 17(3), 323-347.
- Kemp, N., & Bushnell, C. (2011). Children's text messaging: Abbreviations, input methods and links with literacy. *Journal of Computer Assisted Learning*, 27(1), 18-27.
- Kroll, T., Braun, L., & Stieglitz, S. (2018). Accommodated emoji usage: Influence of hierarchy on the adaption of pictogram usage in instant messaging. *ACIS 2018 Proceedings*. 82. Geraadpleegd op <https://aisel.aisnet.org/acis2018/82>
- Muir, K., Joinson, A., Cotterill, R., & Dewdney, N. (2017). Linguistic style accommodation shapes impression formation and rapport in computer-mediated communication. *Journal of Language and Social Psychology*, 36(5), 525-548.
- Richmond, V., & McCroskey, J. (2000). The impact of supervisor and subordinate immediacy on relational and organizational outcomes. *Communications Monographs*, 67(1), 85-95.
- Teclaw, R., Price, M., & Osatuke, K. (2012). Demographic question placement: Effect on item response rates and means of a veterans health administration survey. *Journal of Business and Psychology*, 27(3), 281-290.
- Treadwell, D. (2017). *Introducing Communication Research* (3^e ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- Twitter Developers (z.d.). *Counting Characters*. Opgevraagd op 19 maart 2020 van <https://developer.twitter.com/en/docs/basics/counting-characters>
- Veer, N. van der, Boekee, S., & Hoekstra, H. (2020, 25 januari). *Nationale Social Media Onderzoek 2020: Het grootste trendonderzoek van Nederland naar het gebruik en verwachtingen van social media #NSMO*. Geraadpleegd op https://www.newcom.nl/downloads/2020-NSMO-Rapportage-2020-Publicatieversie-25012020.pdf?utm_source=ActiveCampaign&utm_medium=email&utm_content=Nationale+Social+Media+onderzoek+2020&utm_campaign=Mail%3A+Rapport+Student+enhuisvesting
- Verheijen, L. (2015). Out-of-the-ordinary orthography: the use of textisms in Dutch youngsters' written computer-mediated communication. *York Papers in Linguistics*, speciale uitgave, *PARLAY Proceedings*, 2, 127-142.
- Verheijen, L. (2016). De macht van nieuwe media: Hoe Nederlandse jongeren communiceren in sms'jes, chats en tweets. In D. van de Mierop, L. Buysse, R. Coesemans, & P. Gillaerts (Reds.), *De macht van de taal: Taalbeheersingonderzoek in Nederland en Vlaanderen* (pp. 275-293). Den Haag, Nederland: Acco.

- Verheijen, L. (2018). Orthographic principles in computer-mediated communication: The SUPER-functions of textisms and their interaction with age and medium. *Written Language & Literacy*, 21(1), 111-145.
- Verheijen, L. (2019). *Is Textese a Threat to Traditional Literacy? Dutch Youths' Language Use in Written Computer-Mediated Communication and Relations with their School Writing* (proefschrift). Geraadpleegd op https://www.lotpublications.nl/Documents/529_fulltext.pdf
- Willemyns, M., Gallois, C., Callan, V., & Pittam, J. (1997). Accent accommodation in the job interview: Impact of interviewer accent and gender. *Journal of Language and Social Psychology*, 16(1), 3-22.

6. Appendix A. Vragenlijst

6.1 Introductie

Belangrijk: vul deze vragenlijst in op je smartphone.

Hartelijk dank voor je deelname aan het onderzoek. Ik ben Charlotte Zijlmans en ik zit momenteel in de laatste fase van mijn opleiding Communicatie- en Informatiewetenschappen aan de Radboud Universiteit Nijmegen. Door het invullen van deze vragenlijst help je mij om mijn scriptie succesvol af te ronden.

Na een aantal algemene vragen worden er WhatsApp-gesprekken aan je gepresenteerd. Deze berichtjes heb je zogenaamd ontvangen van een vriend of vriendin. Hierbij wil ik je vragen om te reageren zoals je normaal ook zou reageren op een vriend of vriendin. Daarnaast is het van belang dat je uitgebreid op de berichtjes reageert.

Deelname aan dit onderzoek is volkomen vrijwillig en je kunt elk moment besluiten te stoppen met het onderzoek. Hier zullen geen consequenties aan verbonden zijn. De antwoorden zullen anoniem verwerkt worden.

6.2 Demografische vragen

Wat is je geslacht?

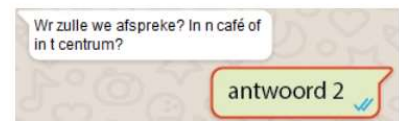
- ☐ Man
☐ Vrouw

Wat is je leeftijd?

Wat is je huidige of hoogst behaalde opleidingsniveau?

- ☐ Basisonderwijs
☐ Vmbo
☐ Mavo
☐ Havo
☐ Vwo
☐ Mbo
☐ Hbo
☐ Wo bachelor
☐ Wo master
☐ Anders, namelijk

6.3 WhatsAppgesprekken





6.4 Stelling

Geef aan in hoeverre je het eens bent met de volgende stelling:

Ik maak graag gebruik van afkortingen en chattaal op WhatsApp.

- ☐ Sterk mee oneens
- ☐ Oneens
- ☐ Neutraal
- ☐ Eens
- ☐ Sterk mee eens

6.5 Afsluiting

Dit is het einde van de vragenlijst. Vergeet niet op het pijltje rechtsonder te klikken zodat je antwoorden opgeslagen en geregistreerd worden. Ontzettend bedankt voor je deelname.

Mocht je deze vragenlijst naar anderen willen doorsturen, zou dit natuurlijk enorm op prijs worden gesteld!

Wil je kans maken op de cadeaubon van Bol.com ter waarde van 10 euro? Laat dan je e-mailadres hieronder achter.

7. Appendix B. Codeerinstructies

Instructies coderen

Je hebt via SPSS de reacties op de whatsappjes van 18 respondenten gekregen. Dit is 15% van het totale aantal respondenten. Achter deze reacties staan de verschillende categorieën *textisms* zoals in de tabel hieronder is vermeld. Geef bij elke categorie aan hoe vaak de respondent deze in alle zinnen tezamen heeft gebruikt. Dus als een respondent in drie verschillende reacties een reduplicatie heeft gebruikt, vul je hier 3 in. Als laatste variabele vind je 'Totale aantal textisms', hieronder tel je alle *textisms* bij elkaar op.

Mocht je over enkele categorieën nog onduidelijkheid hebben, neem vooral contact met mij op!

Let op: er zijn enkele aanpassingen en aanvullingen gemaakt op de categorieën van Verheijen (2016):

- Onder de categorie 'Onconventioneel gebruik van spaties, interpunctie, diakritische tekens en hoofdletters' valt onder andere ook interpunctie. Het is me echter opgevallen dat niemand gebruik maakt van bijvoorbeeld punten aan het eind van de zin. Om deze reden telt interpunctie niet mee als *textism*, op één uitzondering na. Als mensen meerdere interpuncties achter elkaar gebruiken zoals 'Hey!!!' dan geldt het wel als een *textism*.
- Hoofdletters vallen ook onder de hierboven genoemde categorie. Dus let vooral ook op hoofdletters aan begin van de zin en bij merk- en straatnamen. Echter, als iemand constant is in het niet gebruiken van een hoofdletter aan het begin van de zin, wordt dit niet gerekend als *textism*.
- Voor geluidswwoorden zoals uhmm is er geen correcte spellingsvorm. Om deze reden worden deze niet als *textism* gerekend.
- Onbewuste spelfouten tellen niet als *textism*. Dit kan je vaak zien aan dat het de tekst niet leuker of efficiënter maakt.
- Af en toe kan één woord onder meerdere categorieën vallen (nixxx = reduplicatie en fonetische herspelling). Kies hiervoor de categorie die voor jou het meest voor de

hand ligt. Het is niet de bedoeling dat er voor één woord meerdere *textisms* worden gerekend.

- Bij woorden die in een vreemde taal zijn geschreven, kijk je naar de spellingsnormen van de betreffende taal.

Tabel 2. De 12 categorieën *textisms* van Verheijen (2016)

Categorie	Uitleg	Voorbeeld
Initialisme	“Eerste letters van elk woord/element in een samenstelling, woordgroep, zin, of uitroep.”	hvj (hou van jou)
Samentrekking	“Weglaten van letters (vooral klinkers) van het midden van een woord.”	idd (inderdaad)
Clipping	“Weglaten van de laatste letter van een woord.”	chille (chillen)
Verkorting	“Weglaten van het einde of soms begin van een woord.”	wan (wanneer)
Fonetische herspelling	“Vervangen van letter(s) van een woord door andere letter(s), terwijl de accurate letter-klankpatronen van de standaardtaal worden toegepast.”	ofso (ofzo)
Enkele-letter/ cijferhomofoon	“Vervangen van een heel woord door een fonologisch gelijkende of identieke letter of cijfer.”	t (het)
Alfanumerieke homofoon	“Vervangen van een deel van een woord door fonologisch gelijkende of identieke letter(s) en/of nummer(s).”	suc6 (succes)
Visuele herspelling	“Vervangen van letter(s) door grafisch gelijkende non-alfabetische symbol(en) (speciale tekens of nummers).”	m%i (mooi)
Reduplicatie	“Herhalen van letter(s).”	neeeee (nee)
Accentstileren	“Een woord uit informele spreektaal, evt. met een accent, gespeld zoals het klinkt.”	hoezut (hoe is het)
Afkortingen uit de standaardtaal		o.a. (onder andere)
Onconventioneel gebruik van spaties, interpunctie, diakritische tekens en hoofdletters		nee!! (nee!)
Overige		