



Universiteit Utrecht

WhatsApp versus eh.. Voicemail

Een vervolgonderzoek naar
het effect van gevulde pauzes
in slechtnieuwsberichten

Jantien Minderhoud [3590259]

Begeleider: Frank Jansen
Bachelorscriptie Communicatie- en Informatiewetenschappen
Faculteit Geesteswetenschappen
Universiteit Utrecht, mei 2014

Samenvatting

In deze bachelorscriptie onderzoek ik wat de effecten zijn van gevulde pauzes enerzijds en vloeiende taal anderzijds op de waardering van slechtnieuwsberichten. Daarnaast heb ik gekeken naar de rol die de media WhatsApp en voicemail hierop hebben. Ik heb een experiment uitgevoerd waarbij 86 respondenten een slechtnieuwsbericht via een Whatsapp-bericht of via een voicemailbericht gepresenteerd kregen en daarna in een vragenlijst hun gedachten en waarderingen over het bericht konden invullen. Er zijn geen effecten gevonden op de waardering van de sociale vaardigheden van de zender of op de aanvaarding van de boodschap door de ontvanger. Wel werd duidelijk dat het voicemailbericht hoger scoort op de kwaliteit van de vorm dan het WhatsApp-bericht. Daarnaast bleek dat gevulde pauzes bij het WhatsApp-bericht een negatief effect hebben op de waardering van de kwaliteit van de vorm. Bij zowel de geschreven als gesproken versie zorgen pauzes ervoor dat de zender als minder capabel geacht wordt. Er is geen bewijs gevonden voor de verwachting dat een gevulde pauze leidt tot het beter memoriseren van informatie. Tot slot is uit directe bevraging gebleken dat voor het ontvangen van een slechtnieuwsbericht de voorkeur van kanaal ligt bij voicemail en niet bij WhatsApp.

Voorwoord

Voor u ligt mijn bachelorscriptie waar ik de afgelopen periode hard aan gewerkt heb. De resultaten van mijn onderzoek naar de effecten van gevulde pauzes in WhatsApp- en voicemailberichten worden hierin gepresenteerd. Deze scriptie is geschreven in het kader van slechtnieuwsberichten en vormt een vervolgonderzoek op het eerdere werk van Frank Jansen en Daniël Janssen. Mijn onderzoek is gedaan ter afsluiting van de bachelor-opleiding Communicatie- en Informatiewetenschappen aan de Universiteit Utrecht.

Graag zou ik mijn dank willen uitspreken naar mijn begeleider Frank Jansen, die mij tijdens deze periode vakkundig en intensief geholpen heeft met mijn onderzoek. Daarnaast wil ik mijn ouders Simon en Laura Minderhoud en mijn vriend Gidde van der Ven enorm bedanken voor hun steun op de momenten dat ik het even niet meer zag zitten. Tot slot wil ik Rosan Jelles bedanken voor haar uitleg van de statistische toetsen en Jolijne van Prooijen voor het inspreken van mijn voicemail.

Ik heb uiteindelijk veel kennis en plezier gehaald uit het schrijven van deze scriptie en ik hoop daarom dat het u ook zal bevallen.

Jantien Minderhoud

Utrecht, mei 2014

Inhoudsopgave

1. Achtergrond	4
2. Theoretisch kader.....	5
2.1 Mediakeuzes	5
2.2 Whatsapp vs. Voicemail.....	6
2.3 Het effect van gevulde pauzes.....	9
3. Methode.....	12
3.1 Respondenten	12
3.2 Onafhankelijke variabelen.....	13
3.3 Afhankelijke variabelen	14
3.4 Pre-test	15
3.5 Ontwerp	16
3.6 Manipulatiecheck	16
4. Resultaten.....	16
4.1 Kanaalvoorkeur	17
4.2 Invloed van kanaal en pauze op de clusters	18
4.3 Invloed van kanaal en pauze op de thoughts.....	19
4.4 Invloed van kanaal en pauze op de inhoudsvragen.....	21
5. Conclusie	22
6. Discussie.....	23
Literatuurlijst.....	26
Bijlage 1 WhatsApp-berichten.....	27
Bijlage 2 Voicemailberichten.....	29
Bijlage 3 Instructies	30
Bijlage 4 Thoughts & vragenlijsten	32
Bijlage 5 Clusters met bijbehorende stellingen.....	36
Bijlage 6 Tabellen	37

1. Achtergrond

De afgelopen decennia zijn er veel technologieën opgekomen die nieuwe manieren van geschreven communicatie mogelijk maken. SMS, MSN, e-mail, Twitter, Facebook en WhatsApp zijn slechts enkele voorbeelden van media waarmee we tegenwoordig dagelijks met elkaar communiceren. Waar voorheen face-to-face gesprekken ons hoofdmiddel waren om met elkaar te communiceren, besteden veel mensen nu meer tijd aan het communiceren via geschreven media dan dat ze daadwerkelijk met elkaar praten (Quadekker, 2012). Doordat geschreven media steeds meer face-to-face gesprekken lijken te vervangen, zien we meer aspecten van onze spreektaal terug in geschreven taal. Dit is niet nieuw, de opkomst van de emoticon in 1982 maakte het al mogelijk om aan je geschreven bericht een gezichtsuitdrukking, intonatie of gemoedstoestand toe te voegen (Jucker & Dürscheid, 2012). Vanwege het ontbreken van verbale cues in geschreven communicatie konden deze eerder niet goed overgebracht worden, waardoor de kans op miscommunicatie groter werd. Waar de emoticon een verbetering van de communicatie teweeg bracht, zijn er tegenwoordig aspecten uit de gesproken taal waarvan het onlogisch lijkt dat ze in geschreven taal worden overgenomen. Ik doel hier op het overnemen van gevulde pauzes in de vorm van een geschreven 'eh'.

In de meeste gevallen van spontane spraak zijn sprekers namelijk niet vloeiend en komen er vele haperingen tijdens het spreken voor. Deze haperingen kunnen in verschillende vormen voorkomen: stiltes, gevulde pauzes ('eh'), niet-lexicale fillers (hij is 'zeg maar' best wel slim) en herhalingen van woorden of woorddelen (Fox Tree, 2001). Het maken van deze haperingen is zo ingebed in gesproken taal dat het ons het merendeel van de tijd niet eens zal opvallen dat ze er zijn. Door de opkomst van gesproken mediavormen die eenzelfde structuur aanbieden als een face-to-face gesprek zijn mensen zich opnieuw bewust geworden van de aanwezigheid van deze haperingen. Om hun berichten meer op natuurlijke spraak te doen lijken, voegen gebruikers gevulde pauzes toe in hun geschreven berichtjes. Zinsconstructies als: 'Ik eh.. denk dat ik niet meer ga', zijn terug te vinden in SMS-jes, e-mails en WhatsApp-berichten. Dit is een opvallende ontwikkeling, want waar het uiten van een gevulde pauze in gesproken taal als volkomen natuurlijk overkomt, is gebleken dat de geschreven variant 'eh' eerder als onnatuurlijk overkomt op de ontvanger (Groenbroek, 2013; Jansen&Janssen, 2013 a/b).

Dit artikel is één van de zes bachelorscripties waarin een vervolgonderzoek wordt gedaan naar de invloed van gevulde pauzes in gesprekken. Ik zal mijn onderzoek met name richten op hoe ontvangers van slecht nieuws de media waarderen waarmee zij de boodschap ontvangen. Hierbij wordt ingegaan op de mogelijke verschillen in waardering tussen voicemail en WhatsApp. Uit eerder onderzoek is gebleken dat er verschillen zijn tussen de waardering van geschreven en gesproken mediavormen (Groenbroek, 2013; Jansen & Janssen, 2013a/b). Met mijn onderzoek zal ik voortbouwen op de bestaande kennis van de invloed van gevulde pauzes in slechtnieuwsberichten. Ik wil er met mijn onderzoek achter komen welk medium, voicemail of WhatsApp, de voorkeur heeft bij het brengen van slecht nieuws, en welke rol de aan- of afwezigheid van gevulde pauzes hierbij speelt. De hoofdvraag die ik heb opgesteld, luidt: *Wat zijn de effecten van gevulde pauzes enerzijds en vloeiende taal anderzijds op de waardering van slechtnieuwsberichten en welke rol spelen de media WhatsApp en voicemail hierbij?* Om deze vraag te beantwoorden zijn er verschillende deelvragen opgesteld die in het, in dit artikel beschreven, onderzoek getoetst zijn.

Het tot nu toe beperkte onderzoeksgebied van de mobiele applicatie WhatsApp hoop ik met dit onderzoek uit te breiden. Door een vergelijking te trekken tussen voicemail en WhatsApp kom ik hopelijk meer te weten over het gebruik en de invloed van dit (relatief nieuwe) medium. In paragraaf 2 wordt de theoretische achtergrond met betrekking tot het onderwerp besproken en worden de hypothesen van dit onderzoek gepresenteerd. Daarna zal in paragraaf 3 de methode behandeld worden, gevolgd door de resultaten in paragraaf 4. De conclusie en discussie zijn respectievelijk te vinden in paragraaf 5 en 6.

2. Theoretisch kader

2.1 Mediakeuzes

Ons dagelijks leven wordt steeds meer ingericht met de gedachten dat we overal en altijd bereikbaar moeten zijn (Quadekker, 2012). Onze hele kennissenkring zit in onze broekzak, want via de mobiele telefoon ben je op ieder moment te bereiken. Wanneer je een keer niet bereikbaar bent, laat de beller een voicemail achter, de e-mailer een e-mail en de WhatsApp'er een WhatsApp-berichtje. Allemaal met de gedachte dat dit bericht op een ander moment kan worden bekeken of beluisterd, zodat de boodschap als nog bij de ontvanger terecht komt.

Er spelen echter verschillende factoren een rol bij de keuze van een medium. Zo is het bijvoorbeeld van belang wat de relatie is tot de persoon die je gaat contacteren; wat de inhoud is van het bericht; of er een tijdsdruk achter de mededeling zit en hoeveel woorden er nodig zijn om de boodschap duidelijk te maken. Niet ieder onderwerp is geschikt om per SMS met iemand te bespreken. In het artikel van Jucker & Dürscheid (2012) wordt Susan Herring (1995) aangehaald met betrekking tot de verschillende vormen van synchroniteit. Eenzijdige media, zoals SMS, voicemail of e-mail, worden door haar ook wel asynchrone media genoemd. Herring stelt dat enkele belangrijke kenmerken van een asynchroon medium zijn dat 1) de gebruikers niet tegelijkertijd beschikbaar hoeven te zijn en dat 2) zij enkel volledige taaluitingen kunnen versturen en ontvangen. Hier tegenover staan synchrone media, zoals een telefoongesprek. Hierbij zijn beide gesprekspartners tegelijkertijd beschikbaar en zijn ze getuigen van de vorming van elkaars uitingen, de boodschap wordt woord voor woord gevormd en direct verzonden. Door chatprogramma's als MSN, Facebook-chat en WhatsApp is er vraag naar een derde vorm van synchroniteit, genaamd quasi-synchroon. Bij een quasi-synchroon medium zijn de gesprekspartners tegelijkertijd online, maar zijn ze geen getuigen van de vorming van elkaars uitingen, ze ontvangen enkel het volledige bericht. Doordat beide partijen tegelijkertijd online zijn kan er gecommuniceerd worden in de vorm van een lopend gesprek, waarbij direct op elkaar gereageerd kan worden (Jucker & Dürscheid, 2012).

2.2 Whatsapp vs. Voicemail

Veel chatprogramma's maken het mogelijk om berichten naar elkaar te sturen ook als één van beide partijen niet online is. Verzonden berichten worden dan bewaard tot het moment dat de gebruiker online komt en de applicatie opent. Een programma dat hier goed voor ingezet kan worden is de mobiele applicatie WhatsApp. Op hun officiële website wordt WhatsApp als volgt omschreven:

“WhatsApp Messenger is een cross-platform mobiele berichtenapp waarmee je berichten kunt uitwisselen [...] Aangezien WhatsApp Messenger gebruikmaakt van hetzelfde internetabonnement dat je gebruikt voor e-mailen en surfen op internet, hoef je niets te betalen voor de berichten die je stuurt [...] Naast het verzenden van berichten kunnen gebruikers van WhatsApp ook groepen aanmaken en elkaar onbeperkt afbeeldingen, video's en geluidsopnamen sturen.”

Bron: www.whatsapp.com

WhatsApp werd in 2009 uitgebracht als mobiel chatprogramma voor de iPhone, maar werd later ook beschikbaar gesteld voor andere mobiele telefoons. Nu zo'n kleine vijf jaar later maken wereldwijd ruim 400 miljoen mensen iedere dag gebruik van WhatsApp en zij versturen per dag in totaal zo'n 10 biljoen berichtjes waaronder 350 miljoen afbeeldingen (www.whatsapp.com). Het mag duidelijk zijn dat er veel mensen zijn die gebruik maken van dit medium, maar vanwege het korte bestaan van vijf jaar is WhatsApp een relatief jonge applicatie te noemen. Er is binnen het media- en communicatievakgebied ook nog nauwelijks onderzoek gedaan naar de manier waarop WhatsApp onze communicatie kan beïnvloeden.

WhatsApp wordt beschouwd als een meer natuurlijke vorm van mobiele communicatie dan SMS (Church & de Oliviera, 2013). De productie van berichten is meer vloeiend en meer natuurlijk. Daarom is WhatsApp ook in te delen in de categorie 'Instant Mobile Messaging', waar alle programma's onder vallen die de insteek hebben om directe communicatie mogelijk te maken.

WhatsApp wordt voornamelijk gebruikt voor communicatie met personen waarmee je ook in het dagelijkse leven veel in contact staat. De gedachte hierachter is dat een WhatsApp-berichtje een uitnodiging tot conversatie is, terwijl een SMS ook als eenzijdige informatieverstrekking kan functioneren (Church & de Oliviera, 2013). Eén van de respondenten uit mijn onderzoek benoemde dit fenomeen ook:

'Ik geef bijles aan VMBO-leerlingen en die benaderden mij eerst altijd via de SMS. [...] Nu met WhatsApp enzo, sturen ze me de eerste keer een SMSje [...] na één keer bijles [...] dan voegen ze me ineens toe via WhatsApp en beginnen ze daar tegen me te praten. [...] Een vreemde ontwikkeling vind ik dat.'

Bron: gesprek met respondent met de WhatsApp-versie met pauze

De respondent uit dit voorbeeld ziet WhatsApp niet als een gepast medium om contact te houden met zijn bijlesleerlingen. Het informele karakter van WhatsApp dat de gebruikers in staat stelt om direct een gesprek met elkaar te beginnen, vindt hij niet passen bij de positie die hij ten opzichte van zijn leerlingen wilt innemen. Communicatie via SMS had sterk zijn voorkeur, omdat de relatie met zijn leerlingen in zijn ogen meer formeel was dan informeel.

Church & de Oliviera (2013) stellen dat het sociale aspect van WhatsApp erg belangrijk is geweest voor de snelle toename in gebruik. Veel gebruikers besluiten over te gaan op WhatsApp omdat hun omgeving er gebruik van gaat maken en omdat de berichtjes (kosteloos) te versturen zijn. Waar je voorheen per SMS moest betalen, zijn WhatsApp-berichten gratis en onbeperkt in grootte. Dit biedt gebruikers de mogelijkheid om niet alleen korte berichtjes naar elkaar te sturen, maar ook foto's, video's, audiobestanden of locatiegegevens met elkaar te delen, zonder dat dit één van de partijen geld kost. Deze veelzijdigheid maakt dat WhatsApp in een korte tijd populairder dan SMS is geworden (Church & de Oliviera, 2013). De toenemende populariteit van WhatsApp is één van de redenen dat ik in mijn onderzoek dit medium verder wil onderzoeken.

Daft en Lengel (1986) stellen met hun *Media Richness Theory* dat de mediarekheid afhankelijk is van het doel van de boodschap en de situatie waarin de boodschap wordt overgebracht. De kwaliteit van de boodschap wordt bepaald door de mate waarin het medium passend is. De term mediarekheid houdt in dat media in te delen zijn in arme en rijke media, dit wordt door verschillende factoren bepaald. Zo speelt de mogelijkheid tot feedback, de te gebruiken taal, de mate waarin de boodschap op de ontvanger kan worden afgestemd en de mate waarin er controle kan worden uitgeoefend op het overbrengen van de boodschap, een rol bij het bepalen van de rijkheid van een medium (Daft & Lengel, 1986). Volgens de criteria van Daft en Lengel (1986) kan voicemail als een rijker medium beschouwd worden dan WhatsApp. Voicemail maakt namelijk gebruik van natuurlijke spraak, waardoor de boodschap door middel van verbale cues aangepast kan worden aan de ontvanger. De zender heeft op deze manier volledige controle over de wijze waarop de boodschap wordt overgebracht. Bij WhatsApp daarentegen ontbreken de verbale cues als intonatie, prosodie en snelheid, waardoor de ontvanger de boodschap en toon zelf correct moet interpreteren. Deze kans op ambiguïteit in bedoeling en interpretatie van de boodschap is kleiner bij voicemail, vanwege de gesproken taal. WhatsApp scoort wel beter in het geven van feedback. Waar voicemail een eenzijdig medium is, biedt WhatsApp zijn gebruikers de mogelijkheid tot directe feedback in de vorm van een chatgesprek. De algemene regel voor mediarekheid luidt: hoe hoger de complexiteit en ambiguïteit van de boodschap, hoe rijker het medium moet zijn. Als het medium niet rijk genoeg is, zal de waardering van de boodschap lager zijn (Daft & Lengel, 1986).

Ik ben van mening dat wanneer je face-to-face communicatie als uitgangspunt neemt, WhatsApp het geschreven equivalent is en het gesproken equivalent een telefoongesprek of een voicemail is. Telefoneren is namelijk sterk te vergelijken met face-to-face communicatie omdat het dezelfde verbale cues bevat. Hoewel de non-verbale cues zoals gezichtsuitdrukking en lichaamshouding afwezig zijn bij een telefoongesprek of een voicemail, worden deze mediavormen beschouwd als een meer persoonlijke manier om een boodschap over te brengen (Groenbroek, 2013). In het geval van een voicemail had de zender namelijk de intentie om de ontvanger in persoon te vertellen wat de boodschap was, maar was de ontvanger niet beschikbaar. WhatsApp kan als minder persoonlijk gezien worden omdat het berichtje verzonden wordt zonder dat de zender de intentie had om in direct contact te komen met de ontvanger.

Met mijn scriptie wil ik onderzoeken wat het effect is van de mediavormen WhatsApp en voicemail op het versturen van een slechtnieuwsbericht. Ik verwacht dat het voicemailbericht als persoonlijker ervaren wordt door de ontvanger. Ik ben van mening dat een geschreven boodschap afstandelijker overkomt dan een gesproken bericht, omdat je bij deze laatste iemands stem kan horen. Verder verwacht ik dat het WhatsApp-bericht over het algemeen een lagere waardering zal krijgen dan het voicemailbericht. Deze verwachting komt voort uit de mate van mediarijkeid die nodig is bij het overbrengen van een complexe en emotionele slechtnieuwsboodschap. De onderzoeksvraag die hierbij geformuleerd is, luidt:

Onderzoeksvraag 1: Welk kanaal, WhatsApp of voicemail, heeft de voorkeur bij ontvangers van een slechtnieuwsbericht?

De bijbehorende hypothesen zijn:

Hypothese 1: Een slechtnieuwsbericht via de voicemail zal als persoonlijker ervaren worden.

Hypothese 2: Het WhatsApp-bericht zal een lagere waardering krijgen dan het voicemailbericht.

2.3 Het effect van gevulde pauzes

Bij het brengen van slecht nieuws is een van de meest voorkomende kenmerken het gebruik van 'eh'. Een gevulde pauze zoals 'eh' is een goede manier om uitstel te bieden aan het daadwerkelijke brengen van slecht nieuws. Vaak is de plaatsing van de 'eh' vlak vóór het moment dat de zender overgaat tot het vertellen van het slechte nieuws. Het uitoefenen van zo'n handeling wordt door Brown & Levinson (zoals behandeld in Groenbroek, 2013) een FTA genoemd, wat staat voor Face Threatening Act. Een gezichtsbedreigende handeling zoals het brengen van slecht nieuws kan leiden tot gezichtsverlies bij de zender of de ontvanger. Dit heeft dan een negatieve invloed op het verloop van het gesprek. Wanneer er een 'eh' voor een FTA geplaatst wordt kan dit een positief effect teweegbrengen. De zender bereidt de ontvanger voor op het bericht dat zal volgen. De kans op gezichtsverlies wordt hierdoor voor beide partijen verkleind. Omdat de zender bij het plaatsen van een 'eh' een bepaalde mate van onbeholpenheid laat zien, zal de ontvanger het gevoel krijgen dat de zender moeite heeft met het brengen van het slechte nieuws. (Groenbroek, 2013). Daarnaast hebben aarzelingen als 'eh' vaak, los van de mogelijkheid tot gezichtsverlies, een negatieve invloed op de communicatie. Wellicht door het feit dat het gesprek verbroken wordt en de aandacht van de spreker en/of de luisteraar verslapt (Groenbroek, 2013). Ik ben benieuwd of dit negatieve effect op het begrip van de tekst in de vergelijking tussen voicemail en WhatsApp terug te vinden is.

In hun onderzoek naar de effecten van gevulde pauzes in voicemail- en e-mailberichten stellen Jansen en Janssen (2013b) dat er verschillende soorten communicatieve effecten van 'eh' op de ontvanger te vinden zijn. Allereerst kan een gevulde pauze een negatief effect veroorzaken op de waardering van tekst en spreker. Zo bespreken Jansen & Janssen (2013b) een onderzoek van Christenfeld (1995) waarin gesteld wordt dat sprekers die regelmatig 'eh' zeggen als minder welbespraakt, minder interessant en minder voorbereid beschouwd worden. Ik ben benieuwd of dit effect ook terug te vinden is in de geschreven conditie in de vorm van een WhatsApp-bericht. Groenbroek (2013) onderzocht de verschillen tussen gevulde pauzes in voicemail en e-mail. Hij concludeerde dat mensen slechtnieuwsberichten hoger waarderen als deze via de voicemail worden verzonden dan wanneer deze per email verstuurd zijn. In mijn onderzoek ga ik bekijken of dit ook geldt voor WhatsApp en voicemail. Hiervoor is de

volgende onderzoeksvraag geformuleerd:

Onderzoeksvraag 2: In hoeverre heeft het gebruik van eh's een negatieve invloed op de waardering van de tekst of de spreker?

De bijbehorende hypothesen luiden:

Hypothese 3: Een boodschap met gevulde pauzes leidt ertoe dat de tekst als minder begrijpelijk beschouwd wordt.

Hypothese 4: De zender van de boodschap met gevulde pauzes wordt als minder capabel geacht.

Een tweede communicatief effect van 'eh' dat Jansen & Janssen (2013b) benoemen, is dat gevulde pauzes het begrip van de inhoud van de tekst verhogen. Zij stellen dat wanneer een zender gebruik maakt van een 'eh', dit de ontvanger in staat stelt om de boodschap beter te begrijpen. De ontvanger en de zender krijgen hierdoor de tijd om tot zich door te laten dringen wat er verteld is. Dit aspect zal in dit onderzoek bekeken worden aan de hand van de volgende vraag:

Onderzoeksvraag 3: In hoeverre leidt het gebruik van eh's tot het beter memoriseren van informatie uit het slechtnieuwsbericht?

De bijbehorende hypothese is:

Hypothese 5: In berichten met een 'eh' zal er een beter begrip zijn van elementen na de 'eh'. Bijbehorende inhoudsvragen zullen beter beantwoord worden.

Jansen & Janssen (2013b) bespreken in hun artikel de conversatie-analyse van Mazeland (2003). Hierin wordt gesteld dat gesprekken vaak via een bepaalde structuur verlopen. Er zijn vaste onderdelen en paarden binnen de communicatie waar gesprekspartners gebruik van kunnen maken. Aangrenzende paren als 'vraag-antwoord' en 'verzoek-inwilliging' komen op dagelijkse basis voor. Binnen het kader van slechtnieuwsberichten wordt er meestal geprobeerd om bij de ontvanger een mate van acceptatie van de boodschap teweeg te brengen. Wegens de aard van het slechtnieuwsbericht is de zender hiervan meestal geneigd tot het uitstellen van het aangrenzende paardeel, omdat dit een niet-geprefereerd antwoord zal zijn (Jansen &

Janssen, 2013b). Het uitstellen van dit aangrenzende paardeel heeft invloed op de manier waarop de ontvanger de boodschap beoordeelt. Het gebruiken van een 'eh' voor het uitstellen van slecht nieuws kan zowel positieve effecten als negatieve effecten veroorzaken. In dit onderzoek zal worden onderzocht of deze effecten van aanvaarding bij voicemail en e-mail (Jansen en Janssen, 2013b; Groenbroek, 2013) ook terug te vinden zijn bij WhatsApp en voicemail. De volgende vraag is hierbij geformuleerd:

Onderzoeksvraag 4: In hoeverre heeft het gebruik van eh's invloed op de aanvaarding van het slechtnieuwsbericht?

De bijbehorende hypothese luidt:

Hypothese 6: De boodschap met een gevulde pauze leidt ertoe dat de ontvanger meer instemt met het bericht.

3. Methode

Om de eventuele effecten van gevulde pauzes op Whatsapp- en voicemailberichten te onderzoeken, is een experiment ontworpen en uitgevoerd. Hiervoor is een tekst ontwikkeld die enerzijds via WhatsApp is verzonden en anderzijds als voicemail is opgenomen. Bij de gemanipuleerde versies zijn hier op drie plaatsen gevulde pauzes in de vorm van 'eh' geplaatst. Deze teksten zijn voorgelegd aan respondenten en zo is data verzameld die ons antwoord zal geven op de onderzoeksvragen. Voor een compleet overzicht van het gebruikte testmateriaal wordt verwezen naar de bijlagen. Hier zijn beide versies van het WhatsApp-bericht (bijlage 1), beide uitgeschreven versies van het voicemailbericht (bijlage 2), de instructie van het onderzoek (bijlage 3) en de gebruikte Thoughts- en vragenlijsten (bijlage 4) te vinden.

3.1 Respondenten

In totaal hebben er 88 respondenten deelgenomen aan het onderzoek van wie 32 mannen en 56 vrouwen (zie tabel A uit bijlage 6). Wegens onvolledigheid van twee van de vragenlijsten is besloten om deze niet mee te nemen in de analyse. Het totale aantal respondenten dat in dit onderzoek geanalyseerd wordt, komt hierdoor uit op 86. Om een zo divers mogelijke populatie te krijgen heb ik enkele dagdelen doorgebracht in het restaurant van de Hema, de Openbare Bibliotheek Utrecht, de kantine van het ROC 'Zorg

en Welzijn' en de kantine van het Educatorium op de Uithof. De gemiddelde leeftijd van de deelnemers was 26,95 jaar (sd=11). Het merendeel van de personen was hoger opgeleid: 70 personen (79,5%) hadden een HAVO-opleiding of meer; en 16 personen (18,2%) hadden een MBO-opleiding of minder (zie tabel B uit bijlage 6). Uit een randomisatiecheck bleek dat de demografische eigenschappen gelijk verdeeld zijn over de condities.

3.2 Onafhankelijke variabelen

De inhoud van de tekst betrof slecht nieuws voor de ontvanger. In het bericht kreeg de ontvanger (Jeroen) te horen/te lezen dat zijn toekomstige bruiloftsceremoniemeester (Lisa) niet aanwezig zal zijn op het verlovingsfeest dat in april plaatsvindt. De boodschap was in geschreven en gesproken conditie hetzelfde, met uitzondering van de plaatsing van de naam van de zender. In de WhatsApp-conditie (bijlage 1) stond de naam van de zender boven het kader waarin de tekst stond, terwijl het voicemailbericht (bijlage 2) begon met de introductie van de zender ("Hee Jeroen, Lisa hier"). Het slechtnieuwsbericht was ongeveer 132 woorden lang en bevatte in de gemanipuleerde versie driemaal een gevulde pauze. Twee van deze pauzes waren bedoeld om de invloed van 'eh' op het begrip te testen, deze zijn vóór feitelijke informatie in de tekst geplaatst. De andere pauze stond voor de FTA (Fox Tree, 2011), het punt in de tekst waarin de zender de opmaat maakt om het slechte nieuws te vertellen. In de controleconditie werd het bericht zonder haperingen gebracht.

In de instructie vooraf werd de respondenten gevraagd om zich zo goed mogelijk in te leven in de situatie die geschetst zou worden. Zij moesten zich inbeelden dat zij de ontvanger van het bericht waren. Om dit nog verder te stimuleren kregen zij voorafgaand aan het bericht dit scenario te lezen:

*Probeer je goed in de volgende situatie in te leven:
Jij bent Jeroen en je hebt je verloofd met je vriendin. Om dit te vieren besluiten jullie je naaste vrienden en familie uit te nodigen voor een verlovingsfeest. Iemand die niet mag ontbreken is jullie vriendin Lisa, zij heeft jullie namelijk zes jaar geleden aan elkaar voorgesteld. Toen jullie haar vroegen als ceremoniemeester voor de aanstaande bruiloft was ze meteen enthousiast en zei ze volmondig Ja. Tussen alle voorbereidingen van het feest door ontvang je dit bericht:*

Na het lezen van dit scenario kreeg de helft van de respondenten via een koptelefoon een voicemail-bericht te horen. De andere helft van de respondenten vond onder het scenario een screenshot van het WhatsApp-bericht dat ze moesten lezen. Alle respondenten was verteld dat ze de tekst zo vaak mochten beluisteren of lezen als ze zelf wilden. Bij de geschreven conditie werd de leestijd genoteerd en bij de gesproken conditie het aantal keer dat het bericht beluisterd is. Wanneer de proefpersonen klaar waren met het bericht mochten ze aan de vragen beginnen en hierbij niet meer terugbladeren naar de pagina van het scenario en het bericht.

3.3 Afhankelijke variabelen

Na het lezen of beluisteren van het bericht kregen de respondenten een pagina voor zich waarop ze hun 'Thoughts' kwijt konden (zie bijlage 4). Ze werden gevraagd om zoveel mogelijk gedachten op te schrijven die tijdens of na het lezen/beluisteren van het bericht in hen op waren gekomen. Ze kregen een kader aangeboden waarin ze zoveel mochten opschrijven als dat zij relevant achtten. Iedere gedachte is naderhand ondergebracht in één van de volgende vier categorieën: Tekst (stem, volume, lettertype); Zender (karaktereigenschappen, intentie); Inhoud (reflectie op de boodschap); Conditie (manipulatie-gerelateerd, wel of geen pauze). Per categorie was er een negatieve en een positieve groep. Dit zorgt voor een totaal aantal van acht categorieën waarbinnen de gedachten zijn ondergebracht.

Vervolgens kregen de deelnemers een vragenlijst met 19 Likert-stellingen en tien semantische differentiaalvragen om in te vullen. Deze vragenlijst is speciaal voor dit onderzoek opgesteld op basis van de vragenlijst uit het onderzoek van Groenbroek (2013). Allereerst werden de respondenten gevraagd om hun waardering van het bericht uit te drukken in een rapportcijfer oplopend van 1 tot 10 (waarbij 1 het laagste en 10 het hoogste was). De daar opvolgende Likert-stellingen hadden een 7-puntsschaal. Enkele stellingen waren negatief gesteld en zijn daarom omgepoold voor verdere analyse.

Tabel 1: Betrouwbaarheid van de clusters van de afhankelijke variabelen. Naam, bijbehorende stellingen en betrouwbaarheidswaarden.

Clusternaam	Stellingen	Cronbach's Alpha (α)
Aanvaarding van de boodschap	2, 7, 29, 30	0.85
Sociale vaardigheid zender	4, 10, 11, 18, 25, 26	0.85
Kwaliteit van de Inhoud	5, 6, 9, 24	0.73
Kwaliteit van de Vorm	3, 22, 23	0.62

Via enkele Principal Component Analyses zijn er zeven clusters ontstaan uit de antwoorden op de schaalvragen, drie clusters bleken betrouwbaar te zijn. Hoewel het eerste cluster een hoge betrouwbaarheid vertoonde ($\alpha=0.91$) konden twee duidelijk verschillende onderwerpen onderscheiden worden. Vier vragen bleken het onderwerp 'Aanvaarding van de boodschap' ($\alpha=0.85$) te meten en de overige zes vragen gingen over de 'Sociale Vaardigheden van de zender' ($\alpha=0.85$). Het volgende cluster dat uit de analyse naar voren kwam bevatte vier vragen die 'Kwaliteit van de Inhoud' bevroegen ($\alpha=0.73$). Het laatste cluster bevatte drie vragen over de 'Kwaliteit van de Vorm' van het bericht ($\alpha=0.62$). Voor verdere toetsen zijn deze vier clusters gebruikt. Een overzicht van de clusters met bijbehorende vragen is te vinden in bijlage 5.

Als laatste onderdeel van de vragenlijst kregen de respondenten zes inhoudsvragen over de tekst. De helft van de vragen was gericht op informatie die bij de gemanipuleerde versies direct na 'eh' in de tekst stond en de andere vragen gingen over informatie uit de tekst die niet in de buurt van een gevulde pauze stond. Voor verdere analyse zijn de vragen die betrekking hadden op informatie na een pauze samengevoegd, evenals de vragen die informatie bevroegen die niet in de buurt van de pauze stonden. Vragen 1, 3 & 5 staan los van 'eh' en vragen 2, 4 & 6 gaan over informatie uit de tekst na een 'eh' (bijlage 4).

3.4 Pre-test

Voor het pre-testen van mijn vragenlijsten heeft per versie één proefpersoon deelgenomen. Deze personen wisten dat het ging om een pre-test en ze werden gevraagd om zo kritisch mogelijk te werk te gaan. Elke pre-test heeft zo'n half uur tijd in beslag genomen. Uit de antwoorden van de pre-test bleek dat het scenario dat geschetst werd onduidelijk was en het daardoor lastig was om je te identificeren als de ontvanger

van het bericht. Na enkele aanpassingen is deze onduidelijkheid verholpen en gaven de respondenten van de pre-test aan zich goed in de situatie te kunnen inleven. Bij de voicemail-conditie bleek dat de toon waarop het bericht was ingesproken erg kunstmatig klonk en hierdoor niet geloofwaardig overkwam. De voicemail is opnieuw ingesproken met als doel een meer natuurlijke intonatie. Voor de WhatsApp-conditie waren geen specifieke opmerkingen. Enkele stellingen en semantische differentiaal in de vragenlijst bleken ambigu te zijn. Na overleg met de scriptiewerkgroep hebben wij een definitieve vragenlijst opgesteld die wij alle zes in ons onderzoek gebruikt hebben.

3.5 Ontwerp

In dit onderzoek is gebruik gemaakt van een 2x2 ontwerp dat tussen proefpersonen werd afgenomen. Er wordt gebruik gemaakt van een tweetal kanalen, WhatsApp en voicemail, en tweetal versies, met 'eh' en zonder 'eh'. In iedere conditie namen ongeveer 22 respondenten deel.

3.6 Manipulatiecheck

Met de stelling *'Dit bericht is echt verstuurd'* is een manipulatiecheck gedaan. Deze stelling meet of de respondenten het geloofwaardig vinden dat het slechtnieuwsbericht op deze manier ooit echt verstuurd is. Zo kunnen we uitsluiten dat hun antwoorden te wijten zijn aan het feit dat ze aan de geloofwaardigheid van de tekst twijfelen. Er bleek een interactie-effect op versie en de waarschijnlijkheid van versturen ($F=5.73$; $df=1, 86$; $p<0.05$). De respondenten in de WhatsApp-conditie zonder pauze beoordelen het versturen van het bericht als meer waarschijnlijk dan respondenten in de WhatsApp-conditie met pauze. Dit effect geldt alleen voor de geschreven conditie en is niet terug te vinden bij de voicemailconditie. Hieruit kunnen we opmaken dat de waarschijnlijkheid van het versturen van dit bericht kanaal-afhankelijk is en dat pauzes geen rol spelen.

4. Resultaten

In dit onderdeel worden de resultaten van het onderzoek besproken. Aan de hand van het statistische programma SPSS heb ik verschillende toetsen gedaan om de verzamelde data te analyseren. Hierbij is gekeken naar de effecten van kanaal en pauze. Om mijn hypothesen te toetsen is onderscheid gemaakt op basis van de verschillende onderdelen uit de vragenlijst. Er is gekeken naar de effecten van kanaal en pauze op de thoughts,

vervolgens naar het effect op de clusters en tot slot naar het effect op de inhoudsvragen. Allereerst zijn enkele losse stellingen zoals de voorkeur van het medium en de waardering van het rapportcijfer onderzocht.

4.1 Kanaalvoorkeur

Allereerst heb ik gekeken of er een medium is dat de expliciete voorkeur van de respondenten heeft. In de vragenlijst zijn een vijftal stellingen (13 t/m 17) opgenomen die direct bevragen via welk kanaal de respondenten het slechtnieuwsbericht het liefst zouden willen ontvangen. In Tabel 2 staan de gemiddelde waarderingen voor mediavorkeur weergegeven.

Tabel 2: Gemiddelde waarderingen (en standaarddeviaties) van de voorkeur voor medium (1=laag, 7=hoog)

Telefoon	5.92 (1.56)
E-mail	2.29 (1.44)
Voicemail	2.17 (1.50)
Brief	2.09 (1.44)
WhatsApp	1.72 (1.36)

Met afzonderlijke Paired Samples T-tests zijn de antwoorden op de stellingen met elkaar vergeleken. Hier kwam uit naar voren dat de telefoon het meest positief wordt beoordeeld en een gemiddelde heeft dat ver boven de rest van de mediavormen ligt (gem=5.92; sd=1.56). Voor dit onderzoek is echter vooral relevant dat er een significant verschil is tussen de waardering van de door mij gebruikte media WhatsApp en voicemail ($t=-2,32$; $df=85$; $p=0.023$). De voicemailconditie (gem=2.17; sd=1.50) scoort hierbij hoger dan de WhatsApp-conditie (gem=1.72; sd=1.36) en heeft dus de voorkeur voor het brengen van dit slechtnieuwsbericht.

Er is geen aanwijzing dat de condities de hoogte van het rapportcijfer beïnvloeden (voor alle p 's geldt: $p>0.05$). De wijze waarop de proefpersonen de verschillende tekstversies met een rapportcijfer beoordeeld hebben, verschilt niet dusdanig dat dit door het kanaal of de pauze verklaard kan worden (zie tabel C uit bijlage 6).

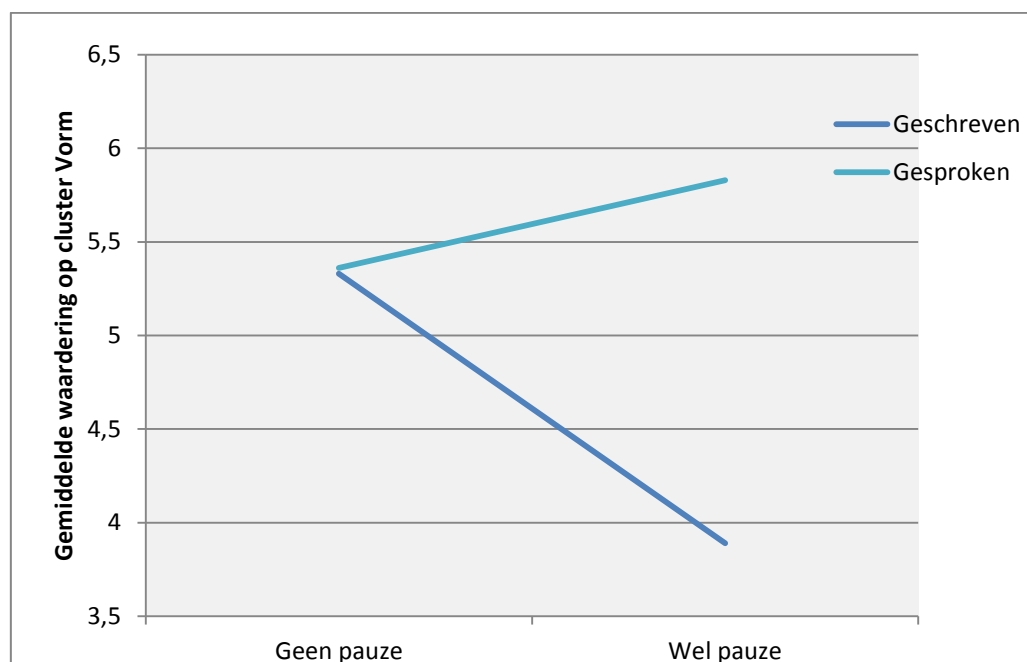
4.2 Invloed van kanaal en pauze op de clusters

Om te onderzoeken of de verschillende condities invloed hebben op de waardering van de slechtnieuwsboodschap en de zender heb ik gebruik gemaakt van de eerder vastgestelde vragenclusters. De gemiddelde scores en standaarddeviaties van de vier clusters staan uitgesplitst op kanaal en pauze in tabel 3.

Tabel 3: Gemiddelde scores (en standaarddeviaties) van de clusters per kanaal en pauzeconditie (1=laag, 7=hoog).

	Whatsapp		Voicemail	
	Met pauze	Zonder pauze	Met pauze	Zonder pauze
Aanvaarding	3.08 (1.44)	3.76 (1.63)	3.85 (1.33)	3.63 (1.48)
Sociale Vaardigheid	3.31 (1.16)	4.02 (1.43)	4.00 (1.15)	3.95 (1.40)
Kwaliteit van de Inhoud	3.03 (1.35)	4.14 (1.69)	3.61 (1.05)	4.23 (0.89)
Kwaliteit van de Vorm	3.89 (1.24)	5.33 (0.99)	5.83 (1.01)	5.36 (1.14)

Eerst onderzocht ik de gezamenlijke invloed van kanaal en pauze op de vier vragenclusters. Uit deze multivariate-analyse kwam een interactie-effect van kanaal en pauze naar voren (Hotellings $T=0.25$; $p=0.001$; $\eta^2=0.20$). Door middel van univariate-analyses werd dit effect verder onderzocht, waarbij bleek dat het aan de cluster 'Kwaliteit van de Vorm' toegeschreven kon worden ($F=16.3$; $df=1,86$; $p<0.001$; $\eta^2=0.17$).



Grafiek 1: Gemiddelde waardering op het vragencluster 'Kwaliteit van de Vorm' per pauze en kanaal

Het interactie-effect kan met behulp van Grafiek 1 als volgt worden verklaard. Terwijl de aanwezigheid van pauzes geen effect heeft op de waardering van de vorm van het voicemailbericht, hebben pauzes een sterk negatief effect op de waardering van het WhatsApp-bericht. In de geschreven conditie wordt het bericht met gevulde pauzes (gem=3.89; sd=1.24) lager beoordeeld dan het bericht zonder gevulde pauzes (gem=5.33; sd=0.99).

Naast dit interactie-effect kwam er uit de multivariate-analyse ook een hoofdeffect naar voren (Hotellings $T=0.17$; $p<0.01$; $\eta^2=0.18$), dat door univariate-analyses aan het cluster 'Kwaliteit van de Inhoud' kan worden toegeschreven ($F=10.2$; $df=1,86$; $p<0.01$, $\eta^2=0.11$). De berichten met pauzes werden van een lagere kwaliteit van de inhoud geacht dan de berichten zonder pauzes.

Bij de clusters 'Aanvaarding' en 'Sociale vaardigheid van de zender' zijn noch een interactie-effect, noch een hoofdeffect gevonden (alle p 's, $p>0.05$). Op het cluster 'Kwaliteit van de Inhoud' is een interactie-effect te vinden ($F=9.86$; $df=1, 86$; $p=0.02$). Teksten met pauze scoren gemiddeld lager op inhoud dan teksten zonder pauze. In beide kanalen heeft pauze een negatieve invloed, maar dit effect is sterker bij WhatsApp dan bij voicemail (zie Tabel3). Er is tevens een interactie-effect bij het cluster 'Kwaliteit van de Vorm' gevonden ($F=16.32$; $df=1, 86$; $p<0.001$). Terwijl de pauzes in de gesproken conditie een positief effect op de vorm hebben, is dit effect negatief bij de geschreven conditie. De respondenten beoordelen bij de voicemailconditie met pauzes (gem=5.83; sd=1.01) de kwaliteit van de vorm van het bericht hoger dan in de voicemailconditie zonder pauzes (gem=5.36; sd=1.14). Bij de geschreven conditie is dit tegenovergesteld. De respondenten beoordelen het WhatsApp-bericht met pauzes (gem=3.89; sd=1.24) beduidend lager dan het WhatsApp-bericht zonder pauzes (gem=5.33; sd=0.99).

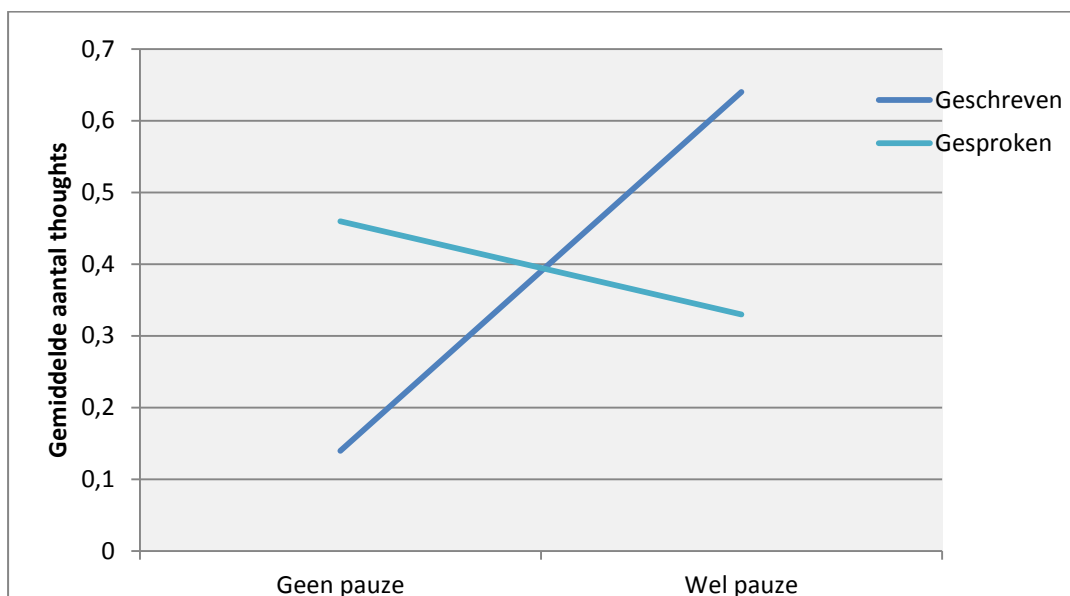
4.3 Invloed van kanaal en pauze op de thoughts

Om de invloed van de condities nog meer te onderzoeken heb ik een onderscheid gemaakt tussen de aard van de thoughts en het aantal thoughts per categorie. Tabel 4 biedt een overzicht van alle gemiddelde scores en standaarddeviaties per categorie en conditie.

Tabel 4: Gemiddelde scores (en standaarddeviaties) van de thoughts op basis van onderwerp, valentie, kanaal met of zonder pauze (1=laag, 7=hoog). Waarden waarvoor geldt $p < 0.001$ staan aangegeven met (-).

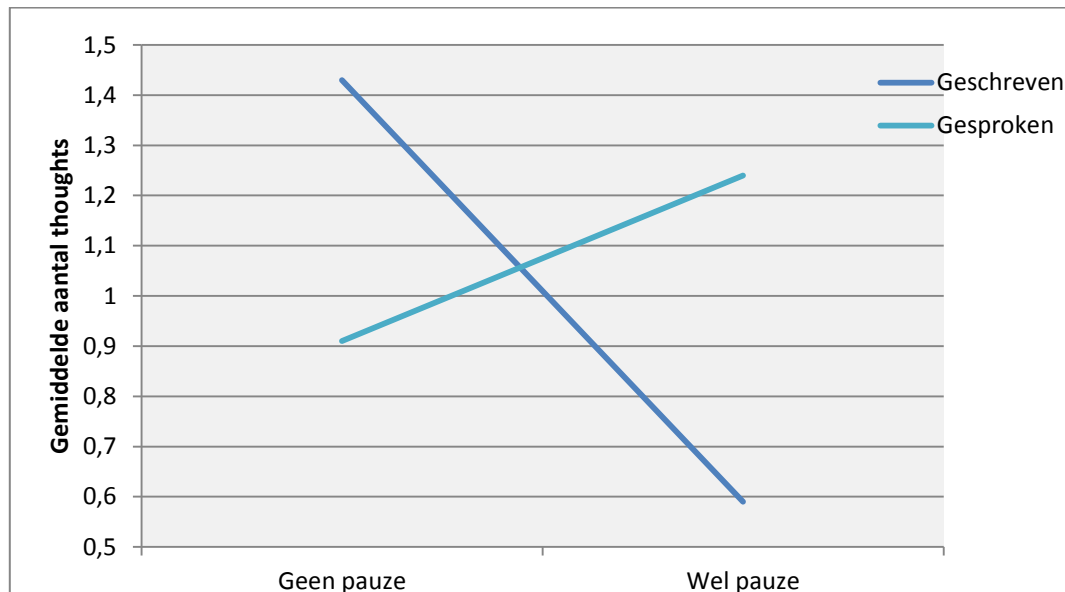
Thoughts:		Whatsapp		Voicemail	
		Met pauze	Zonder pauze	Met pauze	Zonder pauze
Tekst	Positief	0.18 (0.50)	0.14 (0.36)	0.24 (0.54)	0.23 (0.87)
	Negatief	0.64 (0.79)	0.14 (0.36)	0.33 (0.73)	0.45 (0.67)
	Totaal	0.82 (0.85)	0.29 (0.46)	0.57 (1.08)	0.68 (0.99)
Zender	Positief	0.09 (0.29)	0.57 (0.75)	0.52 (0.81)	0.73 (0.83)
	Negatief	1.14 (1.13)	0.57 (1.08)	0.95 (0.92)	0.86 (0.99)
	Totaal	1.23 (1.19)	1.14 (1.24)	1.48 (1.08)	1.59 (1.30)
Inhoud	Positief	0.59 (1.22)	1.43 (1.29)	1.24 (1.30)	0.91 (1.15)
	Negatief	1.55 (1.14)	1.33 (1.60)	1.05 (1.32)	1.23 (1.23)
	Totaal	2.14 (1.70)	2.76 (1.76)	2.29 (1.55)	2.14 (1.21)
Conditie	Positief	0.05 (0.21)	-	0.05 (0.22)	0.05 (0.21)
	Negatief	0.77 (0.87)	-	-	-
	Totaal	0.82 (0.96)	-	0.05 (0.22)	0.05 (0.21)
Totaal	Positief	0.91 (1.44)	2.14 (1.85)	2.05 (1.60)	1.91 (1.66)
	Negatief	4.10 (1.82)	2.05 (1.80)	2.33 (1.88)	2.55 (1.99)
	Totaal	5.00 (2.02)	4.19 (1.99)	4.38 (1.43)	4.50 (1.60)

Door middel van een multivariate-analyse is de invloed van kanaal en pauze op de verschillende thoughts onderzocht. Daaruit kwam een interactie-effect naar voren (Hotellings $T=0.33$; $p < 0.01$; $\eta^2=0.25$). Uit Grafiek 2 wordt duidelijk hoe dit interactie-effect in elkaar steekt.



Grafiek 2: Gemiddeld aantal negatieve thoughts over de tekst

Uit verschillende univariate-analyses bleek dat dit effect toegeschreven kan worden aan de negatieve thoughts, meer specifiek de negatieve thoughts over de tekst ($F=4.7$; $df=1, 86$; $p<0.05$; $\eta^2=0.05$) en de negatieve thoughts over de pauzeconditie ($F=16.6$; $df=1, 86$; $p<0.001$; $\eta^2=0.17$). Alleen in de WhatsApp-conditie leiden de pauzes tot meer negatieve thoughts.



Grafiek 3: Gemiddeld aantal positieve thoughts over de inhoud

Verder bleek uit de analyses dat kanaal en pauze invloed hebben op de positieve thoughts met betrekking tot de inhoud ($F=4.8$; $df=1, 86$; $p<0.05$; $\eta^2=0.06$). Alleen in de geschreven conditie zorgt de aanwezigheid van de pauzes tot een sterke daling van het aantal positieve thoughts over de inhoud (zie Grafiek 3). In de WhatsApp-conditie zonder pauze bedraagt het gemiddelde 1.43 ($sd=1.29$) terwijl bij de WhatsApp-conditie met pauze het gemiddelde slechts 0.59 ($sd=1.22$) is. Tot slot is er geen invloed van kanaal en pauze tezamen gevonden op het aantal positieve thoughts over de zender, wel is er een effect van pauze ($F= 5.08$; $df=1, 86$; $p<0.05$; $\eta^2= 0.06$). In de conditie met pauzes (gem=0.30; $sd=0.64$) is het aantal positieve thoughts over de zender lager dan in de conditie zonder pauzes (gem=0.65; $sd=0.78$).

4.4 Invloed van kanaal en pauze op de inhoudsvragen

De condities pauze en kanaal bleken geen invloed te hebben op de beantwoording van de inhoudsvragen. Dit gold zowel voor de vragen over de informatie die direct na de gevulde pauze in de tekst stond, als voor de andere vragen (voor beide p's, $p>0.05$).

5. Conclusie

Aan de hand van de besproken resultaten van het experiment zullen nu de onderzoeksvragen behandeld worden. Om te onderzoeken wat de effecten van gevulde pauzes zijn op slechtnieuwsberichten en welke rol WhatsApp en voicemail hierbij spelen, zijn er in dit onderzoek een viertal onderzoeksvragen opgesteld. De eerste onderzoeksvraag ging over de voorkeur van kanaal bij het ontvangen van slechtnieuwsberichten. Aan de hand van het eerdere onderzoek van Jansen & Janssen (2013b) stelde ik twee hypothesen op. Mijn verwachting was dat het voicemailbericht als meer persoonlijk ervaren wordt (H1) en ook dat het WhatsApp-bericht een lagere waardering krijgt dan het voicemailbericht (H2). Uit de resultaten blijkt dat H1 niet bevestigd wordt. Het cluster 'Sociale Vaardigheid van de Zender' geeft geen verklaring voor de gevonden effecten. Voor H2 is allereerst gekeken naar het cluster 'Kwaliteit van de Vorm'. Er werd een interactie-effect gevonden. Pauzes hebben een negatief effect op de waardering van de vorm van het WhatsApp-bericht, maar niet op de waardering van het voicemailbericht. Hierdoor krijgt het WhatsApp-bericht gemiddeld een lagere waardering dan het voicemailbericht. Ook onderzoek naar de kanaalvoorkeur liet zien dat voicemail hoger beoordeeld werd dan WhatsApp. Op basis van deze resultaten wordt H2 bevestigd.

Vervolgens vroeg ik mij af in hoeverre het gebruik van eh's een negatieve invloed heeft op de waardering van de tekst of de spreker. Aan de hand van de resultaten van het onderzoek van Groenbroek (2013) zijn wederom een tweetal hypothesen opgesteld. Een boodschap met gevulde pauzes leidt tot een minder begrijpelijke tekst (H3) en daarbij wordt de zender van de boodschap met gevulde pauzes als minder capabel geacht (H4). Uit de resultaten kwam een interactie-effect dat liet zien dat bij de WhatsApp-conditie met pauze meer negatieve thoughts zijn dan bij de WhatsApp-conditie zonder pauze. De aanwezigheid van eh's zorgt in de geschreven conditie voor meer negatieve thoughts over de tekst en de conditie. Daarnaast bleek dat het WhatsApp-bericht met pauzes minder positieve thoughts over de inhoud kreeg dan het WhatsApp-bericht zonder pauzes. Deze resultaten laten enkel effecten in de geschreven conditie zien, waardoor H3 niet volledig bevestigd wordt en dus moet worden verworpen. Bij de thoughts met betrekking tot de Zender zijn er namelijk minder positieve gedachten bij de conditie met pauze dan bij de conditie zonder pauze. Hieruit kan geconcludeerd worden dat de

zender door de invloed van 'eh' als minder positief en minder capabel geacht wordt. Op basis van deze resultaten kan H4 worden aangenomen, ondanks het uitblijven van een significant effect op het cluster met betrekking tot de sociale vaardigheid van de lezer.

Als derde onderzoeksvraag was ik benieuwd in hoeverre het gebruik van eh's tot het beter memoriseren van informatie leidt. Ik verwachtte dat er in berichten met een 'eh' een beter begrip van elementen na de pauze zou zijn, en dat daardoor de inhoudsvragen beter beantwoord zouden worden (H5). In de analyse kwamen geen effecten op basis van de inhoudsvragen naar voren. Ik concludeerde hieruit dat kanaal en pauze geen invloed hebben op het beantwoorden van de inhoudsvragen. Verder zijn er meer positieve thoughts bij de WhatsApp-conditie met pauze dan bij de WhatsApp-conditie zonder pauze. Hoewel je zou kunnen stellen dat een groter aantal gedachtes over de inhoud van de tekst iets zegt over de mate van begrip, is dit slechts een aanname. Op basis van deze bevindingen is er onvoldoende bewijs om aan te nemen dat 'eh' een positieve invloed heeft op het memoriseren van informatie. H5 wordt verworpen.

Tot slot wilde ik onderzoeken in hoeverre het gebruik van gevulde pauzes invloed heeft op de aanvaarding van het slechtnieuwsbericht. Mijn verwachting hierbij was dat de boodschap met gevulde pauzes ertoe leidt dat de ontvanger meer instemming heeft met het bericht (H6). Er zijn geen significante effecten op het cluster met betrekking tot de aanvaarding van de boodschap gevonden, daarom wordt H6 verworpen.

6. Discussie

De analyse van mijn onderzoeksresultaten leverde enkele bevestigde hypothesen op, maar tegelijkertijd bleven andere verwachte effecten uit. In dit onderdeel bespreek ik de mogelijke beperkingen van mijn onderzoek. Daarnaast geef ik een aantal aanknopingspunten voor mogelijk vervolgonderzoek op het gebied van de effecten van gevulde pauzes op slechtnieuwsberichten en de rol van WhatsApp en voicemail hierbij. Allereerst is het opvallend dat er bij het cluster 'Sociale Vaardigheid van de zender' geen significante effecten zijn gevonden. Mijn verwachting was dat de zender van het voicemailbericht als meer capabel zou overkomen bij de conditie zonder pauzes, dit is niet uit mijn onderzoeksresultaten gekomen. Ook de verwachting dat het voicemailbericht als meer persoonlijk wordt ervaren, wordt niet waar gemaakt. Dit is

mogelijk te wijten aan het feit dat het scenario dat voor dit onderzoek ontwikkeld is, wellicht niet ernstig genoeg was. Als de respondenten het belang van de boodschap niet groot genoeg vinden, dan zal dit ook niet beïnvloed worden door de aan- of afwezigheid van een gevulde pauze. Wanneer de boodschap niet ernstig genoeg is, zal het onderscheid in de mate waarop de zender beoordeeld wordt in de verschillende condities niet goed naar voren komen.

Op het cluster 'Aanvaarding van de boodschap' is ook geen significant verschil gevonden. Dit ging tegen mijn verwachting in dat de boodschap met een gevulde pauze ervoor zorgt dat de ontvanger meer instemming met het bericht heeft. Ook dit aspect is terug te leiden naar het gekozen scenario en de gekozen boodschap. Wellicht is de keus voor het onderwerp 'verlovingsfeest' een verkeerde keus geweest. Het is een viering die tegenwoordig veel mensen misschien niet meer zullen kennen, en zich er daardoor wellicht niet goed mee kunnen identificeren. Dit is een verbeterpunt voor eventueel vervolgonderzoek. Er moet een tekst gekozen worden dat een onderwerp heeft dat een brede doelgroep aanspreekt, maar tegelijkertijd binnen het genre slechtnieuwsberichten valt.

Een ander aspect dat wellicht voor onverwachte effecten heeft gezorgd is de keuze van mijn spreker geweest. De stem van mijn spreker was op het moment van opnemen aan de hese kant, dit kan voor ongewenste effecten hebben gezorgd. Ook de intonatie die ze, op mijn verzoek, gebruikt heeft, is wellicht achteraf gezien niet een juiste keuze geweest. Ik heb haar geïnstrueerd om zo spontaan en natuurlijk mogelijk het berichtje in te spreken. Dit is uiteindelijk gelukt, maar de toon was wellicht te vrolijk voor het brengen van een slechtnieuwsbericht. Opvallend bij de voicemailconditie was het feit dat enkele respondenten zich sterk uit lieten over de persoonsomschrijving van de zender, Lisa. Dit beschrijven van de gemoedstoestand, de karaktereigenschappen en , het uiterlijk zag ik vrijwel niet terug bij de WhatsApp-conditie. De stem van mijn spreker maakte blijkbaar veel gedachten en emoties los bij enkele van mijn respondenten. Hoewel het gelukt is om een natuurlijke boodschap te creëren, is dit misschien ook de valkuil van mijn onderzoek, aangezien de respondenten meer reageerde op het (wellicht misplaatste) vrolijke voorkomen van Lisa dan op de inhoud van het bericht.

Het laatste punt der discussie is het aantal laagopgeleiden binnen mijn onderzoek. Doordat ik uit een universitair geschoolde familie kom heb ik vrijwel geen contacten die laagopgeleid zijn. Ondanks mijn poging om bij een ROC-filiaal respondenten te werven, is mijn totale aantal laagopgeleiden respondenten bij 18,2% blijven gebleven. Het viel mij tegen in hoeverre de MBO-studenten bereid waren om te participeren in het onderzoek. Daar komt bij dat ik het niet eens ben met een beslissing die wij gezamenlijk met de scriptiewerkgroep hebben gemaakt. De indeling van laag- en hoogopgeleiden is als een gemeenschappelijke besluit tot stand gekomen. Gezien de vragenlijsten van onze scriptiewerkgroep met elkaar vergeleken moesten kunnen worden, goldt voor iedereen dezelfde afspraken. Ik ben het niet eens met de indeling van HAVO als hoogopgeleid niveau. Door HAVO als hoogopgeleid te categoriseren, vielen enkele van mijn respondenten onterecht onder deze categorie. Enkele ROC-leerlingen hadden immers een HAVO-diploma op zak, maar deden een MBO-opleiding, waarmee ze onder laagopgeleid geschaard moesten worden. Gezien zij deze opleiding nog niet afgerond hadden, gold het hogere HAVO-diploma. Ook enkele dames van in de 40 hadden als hoogste niveau HAVO, maar vertelden dat ze daarna nooit verder gestudeerd hadden. In mijn ogen vallen ook zij onterecht in de categorie van hoogopgeleiden. Voor vervolgonderzoek zou ik aanraden om HAVO onder de noemer laagopgeleid te scharen, om dit soort misverstanden te voorkomen. Omdat het hier gaat om het hoogst afgeronde niveau kan dit, met name op latere leeftijd, een belangrijke factor zijn.

Literatuurlijst

Church, K. & de Oliveira, R. (2013) What's up with WhatsApp? Comparing Mobile Instant Messaging Behaviors with Traditional SMS. *Collaboration and Communication*, August, 2013.

Daft, Richard L. & Lengel, Robert H. (1986). Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design. *Management Science* 32, 554-571.

Fox Tree, J.E. (2001). Listeners of use of uhm and eh in speech comprehension. *Memory and cognition* 29, 320-326.

Groenbroek, R. (2013). Slecht nieuws? Liever per voicemail dan via e-mail. *Masterscriptie Communicatiestudies*, Universiteit Utrecht.

Jansen, F. & Janssen, D.M.L. (2013a). Effects of directness in Bad-News E-mails and Voice Mails. *Journal of Business Communication* 50 (2013) nr. 4, 362-382

Jansen, F. & Janssen, D.M.L. (2013b). Uw reservering is eh komen te vervallen. *Tijdschrift voor Taalbeheersing* 35 (2013) nr. 3, 237-253.

Jucker, A.H. & Dürscheid, C. (2012). The linguistics of Keyboard-to-screen Communication. A new Terminological Framework. *Linguistik online* 56 (2012), nr 6

Quadekker, J. (2012). WhatsApp 2012!? Wat doet dat met ons? *Bachelorscriptie Urbane Technologieën*, Universiteit Utrecht.

Websites:

De officiële website van de mobiele applicatie WhatsApp: <http://www.whatsapp.com>. Geraadpleegd op dinsdag 18 maart 2014.

Bijlage 1 WhatsApp-berichten

WhatsApp-bericht zonder pauze

Scenario

Probeer je goed in de volgende situatie in te leven:

Jij bent Jeroen en je hebt je verloofd met je vriendin. Om dit te vieren besluiten jullie je naaste vrienden en familie uit te nodigen voor een verlovingsfeest. Iemand die niet mag ontbreken is jullie vriendin Lisa, zij heeft jullie namelijk zes jaar geleden aan elkaar voorgesteld. Toen jullie haar vroegen als ceremoniemeester voor de aanstaande bruiloft was ze meteen enthousiast en zei ze volmondig Ja. Tussen alle voorbereidingen van het feest door ontvang je dit WhatsApp-bericht:



WhatsApp-bericht met pauze

Scenario

Probeer je goed in de volgende situatie in te leven:

Jij bent Jeroen en je hebt je verloofd met je vriendin. Om dit te vieren besluiten jullie je naaste vrienden en familie uit te nodigen voor een verlovingsfeest. Iemand die niet mag ontbreken is jullie vriendin Lisa, zij heeft jullie namelijk zes jaar geleden aan elkaar voorgesteld. Toen jullie haar vroegen als ceremoniemeester voor de aanstaande bruiloft was ze meteen enthousiast en zei ze volmondig Ja. Tussen alle voorbereidingen van het feest door ontvang je dit WhatsApp-bericht:



Bijlage 2 Voicemailberichten

Transcript van de voicemail zonder pauze:

Hee Jeroen,

Lisa hier. Wat kreeg ik afgelopen week een leuke uitnodiging van jullie! Ik werd er helemaal vrolijk van. Hier gaat alles prima. Het is wel wennen zo'n eigen praktijk als fysiotherapeut. Er gaat meer tijd in zitten dan ik eigenlijk zou willen, maar het is zeker de moeite waard. Ik had heel erg graag naar jullie verlovingsfeest op 12 april willen komen, maar ik vrees dat ik er toch niet bij kan zijn. Ik heb de volgende ochtend om 8.30 uur een afspraak met een cliënt die ik niet kan verzetten. Ik haal het niet om 's avonds vanuit de feestlocatie in Leeuwarden terug naar Den Bosch te reizen. Ik vind het erg jammer, maar ik hoop jullie snel een andere keer te spreken over mijn rol als ceremoniemeester.

Groetjes!

Transcript van de voicemail met pauze:

Hee Jeroen,

Lisa hier. Wat kreeg ik afgelopen week een leuke uitnodiging van jullie! Ik werd er helemaal vrolijk. Hier gaat alles prima. Het is wel wennen zo'n [eh] eigen praktijk als fysiotherapeut. Er gaat meer tijd in zitten dan ik eigenlijk zou willen, maar het is zeker de moeite waard. Ik [eh] had heel erg graag naar jullie verlovingsfeest op 12 april willen komen, maar ik vrees dat ik er toch niet bij kan zijn. Ik heb de volgende ochtend om 8.30 uur een afspraak met een cliënt die ik niet kan verzetten. Ik haal het niet om 's avonds vanuit de [eh] feestlocatie in Leeuwarden terug naar Den Bosch te reizen. Ik vind het erg jammer, maar ik hoop jullie snel een andere keer te spreken over mijn rol als ceremoniemeester.

Groetjes!

Bijlage 3 Instructies



Universiteit Utrecht

Instructie (WhatsApp)

Hartelijk dank dat u wilt deelnemen aan dit onderzoek!

Dit onderzoek zal niet langer dan 10 minuten van uw tijd in beslag nemen. U gaat een WhatsApp-berichtje lezen, waarbij u zich moet voorstellen dat de boodschap aan u persoonlijk gericht is.

Het verloop van het onderzoek is als volgt:

- U krijgt een scenario te lezen, zodat u zich in de situatie kunt inleven;
- U leest het bericht in uw eigen tempo. Als u dat wil, kunt u het meerdere keren lezen, maar als u eenmaal bent begonnen met invullen van de vragen, is dat niet meer mogelijk;
- U schrijft op welke gedachten u over, en naar aanleiding van het bericht had;
- Vervolgens geeft u uw mening over het bericht aan de hand van stellingen en vragen;
- Ten slotte komen er nog enkele vragen over de inhoud van de tekst.

Alvast bedankt voor uw medewerking!

Jantien Minderhoud

**Bachelorscriptie Communicatie- en Informatiewetenschappen,
2014**

Let op: het formulier is dubbelzijdig!



Universiteit Utrecht

Instructie (Voicemail)

Hartelijk dank dat u wilt deelnemen aan dit onderzoek!

Dit onderzoek zal niet langer dan 10 minuten van uw tijd in beslag nemen. U gaat naar een voicemailberichtje luisteren, waarbij u zich moet voorstellen dat de boodschap aan u persoonlijk gericht is.

Het verloop van het onderzoek is als volgt:

- U krijgt een scenario te lezen, zodat u zich in de situatie kunt inleven,
- U beluistert het bericht. Als u dat wil, kunt u het meerdere keren afluisteren, maar als u eenmaal bent begonnen met invullen, is dat niet meer mogelijk,
- U schrijft op welke gedachten u over en naar aanleiding van het bericht had,
- Vervolgens geeft u uw mening over het bericht aan de hand van stellingen en vragen,
- Ten slotte komen er nog enkele vragen over de inhoud van de tekst.

Alvast bedankt voor uw medewerking!

Jantien Minderhoud

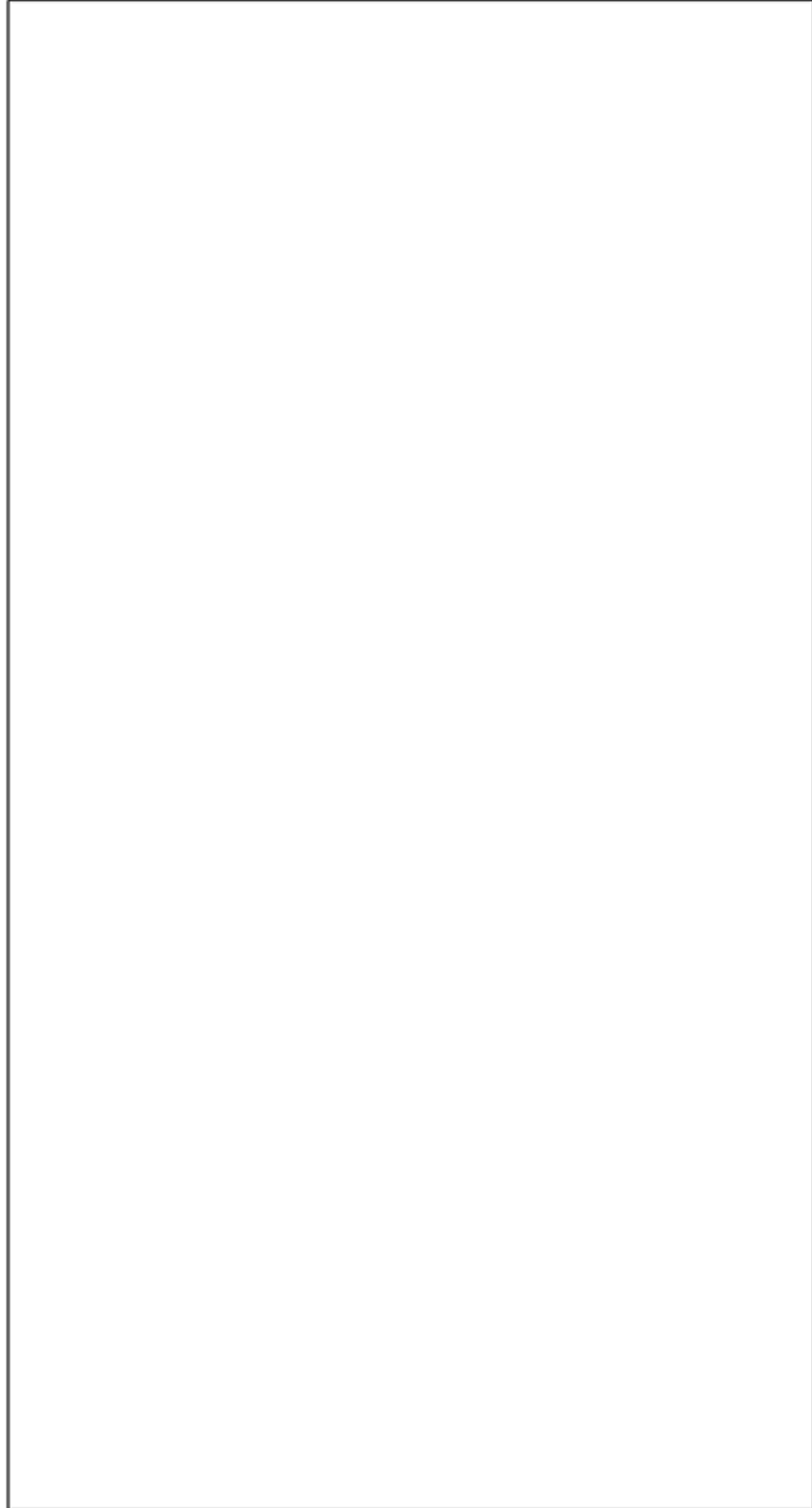
**Bachelorscriptie Communicatie- en Informatiewetenschappen,
2014**

Let op: het formulier is dubbelzijdig!

Bijlage 4 Thoughts & vragenlijsten

Instructie

U heeft het bericht gelezen, waarbij u zich een beeld heeft gevormd van allerlei dingen die met die tekst te maken hebben, zoals de persoon achter het berichtje, het probleem dat het bericht veroorzaakt en de toon van het bericht. Noteert u hieronder alstublieft alles wat u te binnen schoot tijdens of na het lezen. Niets is fout en alles kan voor het onderzoek bruikbaar blijken. Schrijf dus zoveel mogelijk op in het kader hieronder! U mag ook volstaan met steekwoorden.



Vragenlijst

Stel u voor dat u de ontvanger ben en geef uw mening over de volgende stellingen door het cijfer of bolletje van uw keuze aan te kruisen.

Niet terugbladeren alstublieft!

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Dit bericht krijgt van mij het rapportcijfer										
2. Als ik Lisa was zou ik dezelfde beslissing hebben genomen						Sterk mee oneens				Sterk mee eens
3. Los van de inhoud is het bericht aantrekkelijk						Sterk mee oneens				Sterk mee eens
4. Lisa heeft het beste met mij voor						Sterk mee oneens				Sterk mee eens
5. Lisa presenteert het bericht zoals het hoort						Sterk mee oneens				Sterk mee eens
6. Dit bericht had ik zelf net zo kunnen versturen						Sterk mee oneens				Sterk mee eens
7. Ik snap de redenering van Lisa						Sterk mee oneens				Sterk mee eens
8. Lisa vindt het moeilijk om de boodschap over te brengen						Sterk mee oneens				Sterk mee eens
9. In het bericht blijft veel onbesproken						Sterk mee oneens				Sterk mee eens
10. Lisa voelt zich echt bij mij betrokken						Sterk mee oneens				Sterk mee eens
11. Lisa kan het eigenlijk allemaal niets schelen						Sterk mee oneens				Sterk mee eens
12. Lisa wil voorkomen dat ik me gekwetst voel						Sterk mee oneens				Sterk mee eens
13. Berichten als deze ontvang ik het liefst per WhatsApp						Sterk mee oneens				Sterk mee eens
14. Berichten als deze ontvang ik het liefst per telefoongesprek						Sterk mee oneens				Sterk mee eens
15. Berichten als deze ontvang ik het liefst per voicemail						Sterk mee oneens				Sterk mee eens
16. Berichten als deze ontvang ik het liefst per email						Sterk mee oneens				Sterk mee eens
17. Berichten als deze ontvang ik het liefst per brief						Sterk mee oneens				Sterk mee eens
18. Mijn verhouding met Lisa is slechter geworden						Sterk mee oneens				Sterk mee eens
19. Dit bericht is echt verstuurd						Zeer onwaarschijnlijk				Zeer waarschijnlijk

De volgende vragen gaan over tegenstellingen, zoals warm 0 0 0 0 0 0 0 0 koud.

Het bericht is:

20	Te kort	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Te lang
21	Onduidelijk	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Duidelijk
22	Makkelijk verstaanbaar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Moelijk verstaanbaar
23	Onbegrijpelijk	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Begrijpelijk
24	Zorgvuldig gebracht	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Slordig gebracht

Lisa is:

25	Onvriendelijk	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Vriendelijk
26	Sociaal onhandig	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Sociaal handig
27	Oprecht	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Onoprecht
28	Angstig	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Moedig

De beslissing van Lisa is:

29	Onjuist	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Juist
30	Begrijpelijk	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Onbegrijpelijk

Uw persoonlijke gegevens

31 Wat is uw geslacht? Man Vrouw

32 Wat is uw leeftijd?Jaar

33 Wat is uw hoogste afgeronde opleiding?
 Lager en middelbaar beroepsonderwijs (VMBO, MBO en de voorgangers daarvan)
 HAVO, Hoger beroepsonderwijs, VWO, Universitair onderwijs

Inhoudsvragen

1. Wat is de naam van de persoon aan wie het bericht gericht is?

2. Wat is het beroep van Lisa?

3. Ter ere van wat wordt er een feest gegeven?

4. Op welke datum is het feest?

5. Wat is de reden dat Lisa niet naar het feest komt?

6. In welke stad vindt het feest plaats?

Dit is het einde van de vragenlijst

Hartelijk dank voor uw medewerking!

Bijlage 5 Clusters met bijbehorende stellingen

Cluster Aanvaarding

Stelling 2: Als ik Lisa was zou ik dezelfde beslissing hebben genomen

Stelling 7: Ik snap de redenering van Lisa

Stelling 29: De beslissing van Lisa is: Onjuist - Juist

*Stelling 30: De beslissing van Lisa is: Begrijpelijk – Onbegrijpelijk

Cluster Sociale Vaardigheden Zender

Stelling 4: Lisa heeft het beste met mij voor

Stelling 10: Lisa voelt zich echt bij mij betrokken

*Stelling 11: Lisa kan het eigenlijk allemaal niets schelen

*Stelling 18: Mijn verhouding met Lisa is slechter geworden

Stelling 25: Lisa is: Onvriendelijk - Vriendelijk

Stelling 26: Lisa is: Sociaal onhandig – Sociaal handig

Cluster Inhoud

Stelling 5: Lisa presenteert het bericht zoals het hoort

Stelling 6: Dit bericht had ik zelf net zo kunnen versturen

*Stelling 9: In het bericht blijft veel onbesproken

*Stelling 24: Het bericht is: Zorgvuldig gebracht – Slordig gebracht

Cluster Vorm

Stelling 3: Los van de inhoud is het bericht aantrekkelijk

*Stelling 22: Het bericht is: Makkelijk verstaan-/leesbaar – Moeilijk verstaan-/leesbaar

Stelling 23: Het bericht is: Onbegrijpelijk - Begrijpelijk

*Stellingen met een * zijn omgepoold voor verdere analyse.*

Stellingen 8, 12, 19, 20, 27 & 28 konden niet in een significant cluster geplaatst worden.

Stelling 19 (het bericht is echt verstuurd) is los onderzocht.

Bijlage 6 Tabellen

Tabel A: Verdeling aantal mannen en vrouwen per conditie

	Geslacht	Aantal proefpersonen
WhatsApp met pauze	Man	6
	Vrouw	16
	<i>Totaal</i>	22
WhatsApp zonder pauze	Man	7
	Vrouw	14
	<i>Totaal</i>	21
Voicemail met pauze	Man	6
	Vrouw	15
	<i>Totaal</i>	21
Voicemail zonder pauze	Man	11
	Vrouw	11
	<i>Totaal</i>	22

Tabel B: Verdeling aantal laag en hoog opgeleiden per conditie

	Opleidingsniveau	Aantal proefpersonen
WhatsApp met pauze	Hoog	18
	Laag	4
	<i>Totaal</i>	22
WhatsApp zonder pauze	Hoog	18
	Laag	3
	<i>Totaal</i>	21
Voicemail met pauze	Hoog	16
	Laag	5
	<i>Totaal</i>	21
Voicemail zonder pauze	Hoog	18
	Laag	4
	<i>Totaal</i>	22

Tabel C: Gemiddelde rapportcijfer (en standaarddeviatie) per kanaal en conditie (1=laag, 7=hoog)

	WhatsApp	Voicemail	Wel pauze	Geen pauze
Rapportcijfer	5.37 (2.07)	5.74 (1.91)	5.79 (2.01)	5.33 (1.97)