

Emoticons: een pragmalinguïstische analyse van de communicatieve functies

Doctoraalscriptie:

Gabi Sinke

Faculteit der Letteren

Taal, Informatie en Communicatie

Tekst en Communicatie

Universiteit van Tilburg

Scriptiebegeleider:

mw. Dr. H.A. Huls

november 2004

Samenvatting

In dit onderzoek zijn de communicatieve functies van **gezichtjes** in chats in kaart gebracht. Gezichtjes zijn een specifieke vorm van emoticons. Op basis van pragmalinguïstische theorieën zijn drie typen functies onderscheiden. 200 gezichtjes zijn in termen van deze functies geanalyseerd. Ook werden ze bekeken op hun communicatieve adequaatheid. Voor de kwantitatieve analyse zijn de gezichtjes in drie groepen ondergebracht: positieve emoties, negatieve emoties en gemengde gevoelens. De relatie tussen de vorm en de functie van de gezichtjes is vastgesteld. Dit gebeurde ook bij de communicatieve adequaatheid. Verder is onderzocht wat de invloed van allerlei contextuele variabelen was op de relatie tussen vorm en functie. Hoewel er in bepaalde gevallen wel nuances moeten worden aangebracht, kan geconcludeerd worden dat het gebruik van gezichtjes vaak communicatief adequaat is. De resultaten lijken de maatschappelijke aanname, dat emoticons een verrijking zijn voor digitale communicatie, te ondersteunen. Uit literatuur komt echter naar voren dat non-verbale kanalen een ondergeschikte, dan wel een verwaarloosbare rol zouden spelen in communicatie ten opzichte van verbale kanalen. De resultaten van ons onderzoek zijn dus in strijd met die opvatting in de wetenschappelijke literatuur.

Inhoud

Voorwoord	iv	
1	Introductie	1
1.1	Digitale- en non-verbale communicatie	2
1.2	Emoticons: informatief of overbodig?	2
1.3	Interactionele- en sociolinguïstische pragmatiek van emoticons	4
1.3.1	De spreekhandelingstheorie	4
1.3.2	De beleefdheidstheorie	5
1.3.3	Contextualisatie cues	8
1.4	Betekenis en semantische primitieven	9
1.5	Onderzoeksvragen en hypothesen	10
2	Methode	12
2.1	Definiëring	12
2.2	Corpus aanleg	13
2.3	Vorm van de gezichtjes	
2.4	Verwerking van de ruwe data	14
2.5	Analyseproces	14
2.5.1	Betekenisstoekenning	15
2.5.2	Analyse van de pragmatische functie	16
2.5.3	Analyse van functie opheffen misverstanden	16
2.5.4	Analyse van de communicatieve adequaatheid	17
2.5.5	Analyse van de controle variabelen	17
2.5.5.1	Distributiegegevens van de contextuele variabele	23
2.6	Hergroepering van het materiaal	25
2.6.1	Hergroepering van gespreksstrategieën	25
2.6.2	Hergroepering van gezichtjes	25
2.6.3	Hergroepering van relationele bekendheid chatters	26
2.6.4	Hergroepering van thema fragment	26
2.7	Statistische verwerking van gegevens	27
3	Resultaten	28
3.1	Verdeling van gezichtjes	28
3.2	Pragmatische functie van gezichtjes	29
3.3	Voorkomen gezichtjes misverstanden?	30
3.4	Zijn gezichtjes communicatief adequaat?	30
3.5	Invloed van contextuele variabelen	31
3.5.1	Relatie tussen de contextuele variabelen en de functies	31
3.5.2	Relatie tussen de contextuele variabelen en de communicatieve adequaatheid	31
4	Conclusie	34
5	Discussie	35
5.1	Wat we nog niet wisten	35
5.2	Evaluatie van de methode	35

Literatuur

Voorwoord

"En wat doe jij de laatste tijd?""Oh je bent bezig met je scriptie""Waar gaat het over?""Emoticons?..... oh ja, die ken ik! Dat zijn van die...eh...dingetjes op de computer toch?"

Voor sommigen was het aan de orde van de dag, anderen hadden er wel eens van gehoord. Vrijwel iedereen die ik over het onderwerp van mijn scriptie vertelde gaf blijk van herkenning. Emoticons zijn populair, spreken tot de verbeelding, geven taal een speelse dimensie. Een combinatie van talige en visuele creativiteit die mij wel aansprak. De reden voor het ontstaan van het fenomeen, zo wordt aangenomen, komt voort uit de behoefte om een alternatief te vinden voor de in geschreven taal ontbrekende non-verbale kanalen. Internetgebruikers misten een manier om hun emoties mee over te kunnen brengen. Dat zou betekenen dat verbale kanalen te kort schieten in mogelijkheden om affectieve boodschappen te communiceren. Maar is deze aanname juist en hebben emoticons nog andere functies dan het overbrengen van emoties? Brandende vragen over een relatief 'nieuw' verschijnsel; een uitdaging leek mij!

Nu ik aan het einde van mijn 'scriptietraject' ben aanbeland vind ik het hoog tijd om enkele woorden van dank te richten tot die mensen wiens hulp voor mij onmisbaar is geweest. Allereerst wil ik Erica Huls bedanken voor haar professionele en kritische oordeel en waardevolle inzichten en suggesties. Verder wil ik een speciale ode brengen aan mijn ouders. Dit ei legden jullie samen met mij. Bedankt voor jullie onuitputtelijke steun. Tenslotte wil ik alle anderen bedanken die op alle mogelijke manieren voor mij klaarstonden tijdens het uitvoeren van dit onderzoek.

Grijpskerke, 6 oktober 2004

G. Sinke

1. Introductie

Voor mijn generatie, dat wil zeggen met de bouwjaren eind zeventiger en begin tachtiger jaren, is het de normaalste zaak van de wereld om digitaal te communiceren. Overal om ons heen worden mobiele telefoontjes uit zakken en tassen gevist om een smsje te versturen of te ontvangen. Dagelijks kleven honderdduizenden neuzen aan een beeldscherm van een pc om per email informatie uit te wisselen.

Een steeds populairder wordende vorm van digitale communicatie is *chatten*. Het principe van chatten is het beste te vergelijken met dat van 'kletsen', maar dan via de computer. Net als bij email wisselen twee of meer chatters, met behulp van het Internet, berichten uit. Bij chatten is er vaak een eenheid van tijd. Dat wil zeggen, dat wanneer een zender een bericht verstuurt, de ontvanger direct een boodschap terug kan sturen. Zo ontstaat het idee van een echt gesprek. De chatgesprekken of kortweg 'chats' vinden dan op synchrone wijze plaats. A-synchrone chats vinden we vooral op Internet-discussieforums. Hierop kan een chatter een boodschap plaatsen, waarop een ander veelal op een ander tijdstip een reactie geeft (Crystal, 2001).

Chatten heeft een sterk sociale functie en biedt de gebruiker de mogelijkheid om hun opinies en reacties te geven. Uitingen zijn vaak kort en informeel van karakter. Een aantrekkelijk aspect van chatten is dat het dynamisch is (veel onderwerpen in een korte tijd) en zeker bij grote groepen, vaak ook onvoorspelbaar, je weet immers nooit van tevoren wie jou zal antwoorden. Daarnaast maakt het doorgaans anonieme karakter van chats dat gebruikers makkelijker hun mening durven uiten.

sunshineinlife Goldmember ★★★★★  Geregistreerd op: j-n-Y Berichten: 657	<input type="checkbox"/> Geplaatst: 23 aug, 2002 - 11:46 Welke sporten beoefen jij? En waarom? Omdat je het leuk vind of meer uit een schuldgevoel omdat je toch in vorm wil blijven? Laatst aangepast door sunshineinlife op 23 aug, 2002 - 14:07, in totaal 1 keer bewerkt
Pamela 1 ster ☆☆☆☆☆ Geregistreerd op: j-n-Y Berichten: 14	<input type="checkbox"/> Geplaatst: 23 aug, 2002 - 11:57 Krachtraining voor mijn figuur en omdat ik geen uitgezakte taart wil worden

Bron: www.vrouwenpraat.nl

Fig. 1 Voorbeeld van een chatgesprek

1.1 Digitale- en non-verbale communicatie

Door de opkomst van het fenomeen *chatten* wordt geschreven taal steeds meer gebruikt om mee te 'praten'. Maar is geschreven taal eigenlijk wel geschikt voor deze toepassing?

Bij communicatie gaat het om begrijpen en begrepen worden. Met andere woorden; het is van groot belang dat de boodschap op de juiste manier wordt overgebracht en geïnterpreteerd. Nofsinger, hoogleraar van onder andere taalgedrag en gespreksanalyse aan de Washington State University, bekijkt communicatieprocessen vanuit een systematisch of sociologisch oogpunt. Hij wijdt in zijn boek "Everyday Conversation" (1991) een hoofdstuk aan het proces van 'alignment'. Alignment is de overkoepelende term voor de processen die een conversatie in goede banen leiden. Spreker en geadresseerde werken samen om misverstanden in de conversatie te voorkomen.

Nofsinger stelt dat conversatie in de meeste gevallen vloeiend en effectief verloopt, omdat mensen daar continue aan werken door middel van alignmentprocessen. Door middel van *zelfherstel* kunnen sprekers hun verkeerd geformuleerde uitingen herstellen, om zo te voorkomen dat de hoorder hen verkeerd begrijpt. Tijdens het luisteren kan de geadresseerde korte reacties of antwoorden geven op wat de spreker zegt. Bijvoorbeeld, door het uiten van het geluid "uhmm" of het woord "ok" geeft de geadresseerde de spreker een signaal dat hij luistert of bevestigt hij dat hij de boodschap ontvangen heeft (Houtkoop en Koole, 2000). Daarnaast kan een hoorder bijvoorbeeld een evaluatie geven van de uitingen van de spreker. Hij geeft dan niet alleen aan dat hij de boodschap heeft ontvangen, maar ook hoe hij die beoordeelt ("wat leuk zeg!"). Een geadresseerde die nieuwe informatie krijgt zal vaak reageren met een "oh"-ontvangst. Naast dit soort alignment processen wordt er in face-to-face communicatie ook constant beroep gedaan op non-verbale aspecten van taal.

Volgens de Britse psycholoog Argyle (1988) bestaat non-verbale communicatie onder andere uit gezichtsuitdrukking (bv. grimassen), blik in de ogen, lichaamsgebaren (bv. knikjes of het wijzen met de vinger of het ophalen van de schouders), houding, lichaamscontact, kleding, non-verbale geluiden en geur. De Amerikaanse psycholoog Duncan (1972) voegt daar ook nog het gebruik van artefacten aan toe. Denk daarbij bijvoorbeeld aan een pijp, zakdoek of een paperclip. In een face-to-face gesprek maakt een spreker, soms onbewust, gebruik van de signalen die hij met zijn stem en lichaam kan geven. Deze signalen geven de geadresseerde informatie over onder andere de emoties en gevoelens van de spreker en kunnen helpen bij het interpreteren van de 'juiste' betekenis van zijn woorden.

1.2 Emoticons: informatief of overbodig?

Veel Internetgebruikers zeggen in geschreven taal nu juist deze non-verbale aspecten te missen en daarmee de middelen om essentiële informatie uit te wisselen die nodig is voor een goed begrip. In de jaren 70 groeide de behoefte aan een verrijking van het schrift met een non-verbaal aspect. Dit heeft volgens hen uiteindelijk geleid tot de ontwikkeling van *emoticons*.

Voor het begrip 'emoticon' zijn in de literatuur verschillende definities te vinden. Volgens Thompson en Foulger (1996) zijn emoticons: "... pictogrammen die dienen om emoties te uiten in communicatie via de computer of als vervanging van non-verbale communicatie." Een andere omschrijving wordt gegeven door Rezabek en Cochenour (1998). Zij definiëren emoticons als visuele markeringsymbolen die gevormd worden met behulp van gangbare typografische symbolen die, wanneer ze zijdelings worden gelezen, gevoelens of emoties weergeven. Hoewel tegenwoordig emoticons echter steeds vaker een grafische

weergave krijgen, inclusief kleur en beweging, hebben zij ook altijd een basisrepresentatie in typografische symbolen, die met een gekanteld hoofd moeten worden gelezen.

Binnen de emoticons bestaat een onderscheid tussen menselijke- en niet-menselijke emoticons. De menselijke emoticons worden weergegeven in de vorm van **gezichtjes** (smiley's). Het voorbeeld van 😊, ook wel het lachebekje genoemd, is alom bekend. De niet-menselijke emoticons worden gevormd door beeldjes van allerlei artefacten, zoals een bierpul of een hartje.

Aangenomen wordt dat emoticons zijn ontwikkeld om het gemis van non-verbale kanalen in de schriftelijke digitale communicatie op te heffen (Crystal, 2001). Non-verbale kanalen zouden noodzakelijk zijn voor het succesvol verlopen van communicatie, omdat ze de kans op misverstanden verkleinen.

Niet iedereen kan zich echter vinden in dit idee. Roger Brown, een van de meest vooraanstaande sociaalpsychologen en sociaal linguïsten ter wereld, heeft een andere visie op de toegevoegde informatieve waarde die aan non-verbale communicatie doorgaans wordt toegeschreven. In zijn boek 'Social Psychology' (1986) beaamt hij dat de non-verbale kanalen van taal, zoals gezichtsexpressie, stem en andere lichaamsexpressieve aspecten, een communicatieve functie hebben. Deze functie heeft voornamelijk een affectief karakter en aan de non-verbale kanalen wordt tijdens de communicatie constant aandacht geschonken. Brown meent dat communicatie die via non-verbale kanalen verloopt minder controleerbaar is, in die zin dat men minder in de hand heeft welke informatie en op welke wijze die wordt overgebracht. Dit in tegenstelling tot verbale communicatie. Hij verwerpt echter de opvatting dat geschreven taal, zonder non-verbale kanalen, niet informatief genoeg zou zijn om gevoelens en emoties over te brengen. Volgens Brown is taal immers een universeel medium, waarmee alles wat gedacht of gevoeld wordt, kan worden uitgedrukt. Verbale kanalen zijn in principe goed controleerbaar (zender kan bepalen wat er wordt gezegd of geschreven) en over het algemeen geldt bij samenhangende uitingen, dat hoe beter het kanaal te controleren valt, hoe informatiever deze is. Het non-verbale kanaal is dus niet per definitie het meest effectieve middel om gevoelens over te brengen. In tegendeel, wanneer er sprake is van congruente uitingen, dan is verbale communicatie juist informatiever en dus meer geschikt om emoties en gevoelens te vertolken.

In het onderzoek van Walther & D'Addario (2001) wordt er gekeken naar het effect van emoticons op de interpretatie van boodschappen binnen computergestuurde interactie. Ook zij geven aan dat emoticons in het algemeen worden gezien als een alternatief voor de non-verbale kanalen die in geschreven taal ontbreken. Maar zij onderstrepen dat nog weinig onderzoek is gedaan naar de effecten van emoticons en dat een blindelinge aanname van een dergelijke stelling 'te kort door de bocht' zou zijn.

Uit een grote hoeveelheid literatuur over non-verbale communicatie hebben Walther & D'Addario een aantal mogelijke verbanden tussen emoticons en verbale communicatie gedestilleerd. Zij zien onder meer een eventuele overeenkomst tussen de effecten van grafische beelden in bijvoorbeeld reclame en het grafische karakter van emoticons. In dit kader heeft onderzoek uitgewezen dat boodschappen die bestaan uit tekst vergezeld van een afbeelding meer effect hebben op mensen dan een boodschap met tekst alleen. Men zou dan dus kunnen verwachten dat emoticons een behoorlijke meerwaarde geven aan geschreven taal. Toch wil dat nog niet zeggen dat grafische elementen noodzakelijk zijn om bepaalde informatie over te brengen.

Een andere opvatting waarbij Walther & D'Addario stil blijven staan is die van Burgoon, Buller en Woodall (1996). Burgoon et al. beweren dat in de meeste gevallen, non-verbale kanalen de belangrijkste effecten hebben op de inhoud van taal. Binnen de non-verbale kanalen heeft gezichtsexpressie relatief het grootste effect. Van hieruit maken Walther & D'Addario de vergelijking tussen emoticons en gezichtsexpressie. Een mogelijke

verwachting zou dan kunnen zijn dat emoticons bij het overbrengen van emotionele en affectieve informatie doorgaans meer effect hebben dan verbale communicatie.

Fridlund, Ekman en Oster (1987) uiten zich in hun artikel minder optimistisch over de vermeende sterke effecten van gezichtsexpressie. Zij brengen naar voren dat er, in de onderzoeken die uitwijzen dat gezichtsexpressie meer affectief effect teweeg brengen dan gesproken of geschreven taal, sprake zou zijn geweest van niet natuurlijke factoren die een vertekend beeld geven. Resultaten van meer natuurlijk opgezet onderzoek gaven aan dat spraak juist meer affectieve potentie heeft dan gezichtsexpressie.

Met deze verschillende inzichten hebben Walther & D'Addario een aantal hypothesen opgesteld en aan onderzoek onderworpen. Uit hun onderzoek bleek uiteindelijk dat bij het communiceren van gevoelens en emoties, de bijdrage die non-verbale emoticons daaraan leveren kleiner is dan die van verbale boodschappen.

In feite is er (voor zover bekend) nog weinig onderzoek gedaan naar de functie en waarde van emoticons. Hoewel Internetgebruikers emoticons een grote, al dan niet de belangrijkste rol toeschrijven in het overbrengen van emoties en gevoelens in digitale communicatie, zijn deze aannames niet wetenschappelijk gegrond. De onderzoeken die het meeste verband houden met het onderwerp van emoticons zijn gericht op non-verbale communicatie en in het bijzonder op gezichtsexpressie. De resultaten van deze onderzoeken wijzen er echter op dat verbale communicatie tenminste net zo geschikt, dan wel niet geschikter is om gevoelens te 'verwoorden', dan non-verbale kanalen. Als emoticons worden beschouwd als vormen van non-verbale communicatie, zou dat betekenen dat de toegevoegde informatieve waarde van emoticons die Internetgebruikers veronderstellen, in twijfel zou kunnen worden getrokken.

1.3 Interactionele- en sociolinguïstische pragmatiek van emoticons

Wanneer emoticons daadwerkelijk een toegevoegde waarde hebben voor de conversatie, zoals velen beweren, zijn er dan ook specifieke communicatieve functies aan te wijzen? In het onderzoek van Van de Graaf (2003) wordt een antwoord gezocht op de vraag hoe emoticons in chats functioneren. De functies die aan de emoticons in Van de Graaf's onderzoek werden toegeschreven, zijn gebaseerd op de spreekhandelingstheorie van Searle (1976), de beleefdheidstheorie van Brown en Levinson (1987) of de theorie van Gumperz (1982) over contextualisatie cues.

1.3.1 De spreekhandelingstheorie

De eerste invalshoek van waaruit Van de Graaf (2003) emoticons op hun communicatieve functies benaderde is de Spreekhandelingstheorie (1976) van de taalfilosoof Searle. Searle legt uit dat mensen allerlei soorten handelingen kunnen verrichten met taal. Hij spreekt dan ook van spreekhandelingen. Zo kun je met woorden bijvoorbeeld iets vragen, jezelf verontschuldigen of je gevoelens overbrengen. Door spreekhandelingen te gebruiken hoopt een zender dat de geadresseerde zijn intenties herkent. De mogelijke intenties zijn talrijk. In Searle's artikel 'A classification of illocutionary acts' (1976) geeft hij onder andere antwoord op de vraag: "How many categories of illocutionary acts are there?". Hij stelt dat alle spreekhandelingen in vijf categorieën onderverdeeld kunnen worden, namelijk:

- de assertieven; hiermee doet de spreker een uiting over de werkelijkheid. Vaak zijn dat feiten, beweringen, conclusies en veronderstellingen.

- de directieven; hiermee probeert de spreker het gedrag van de hoorder te beïnvloeden. Denk aan waarschuwen, adviseren, bevelen en vragen.
- de commissieven; hiermee maakt de spreker duidelijk aan de hoorder dat hij een bepaalde handeling in de toekomst zal gaan verrichten. Beloven is hier een voorbeeld van.
- de expressieven; deze geven aan in welke emotionele toestand de spreker verkeert in een bepaalde situatie. Voorbeelden van expressieven zijn: complimenteren, verontschuldigen, verwelkomen, bedanken, feliciteren, betreuren en groeten.
- de declaratieven; door een declaratief te uiten kan men letterlijk iets verrichten in de werkelijkheid. Hierbij kan gedacht worden aan ontslaan, ridderen of dopen.

Spreekhandelingen kunnen op verschillende punten van elkaar verschillen. De belangrijkste punten zijn de 'illocutionary point', de 'direction of fit' en de geuite mentale toestand. De 'illocutionary point' verwijst naar de bedoeling die de spreker met zijn uiting heeft. Bij de 'direction of fit' gaat het om de manier waarop woorden en de werkelijkheid zich tot elkaar verhouden. Wanneer iemand een uiting doet over een feit, bijvoorbeeld: "De kat zit op de mat", dan passen zijn woorden zich aan aan de werkelijkheid van de wereld. Bij het doen van een belofte zal de werkelijkheid in principe aangepast moeten worden aan de woorden.

Searle gaat in zijn spreekhandelingstheorie uit van gesproken of geschreven taal. Toch vinden we ook voor emoticons een aanknopingspunt. Bij veel emoticons herkennen we namelijk de intentie van de spreker om zijn emoties op de geadresseerde over te brengen. Denk bijvoorbeeld aan het lachende gezichtje, waarmee de spreker de geadresseerde kan laten weten dat hij blij is of dankbaar. Deze handeling wordt door Searle geclassificeerd als een expressief.

Voor iedere spreekhandelingsklasse heeft Searle een formele definitie opgesteld. Deze regel geeft de elementen aan waaruit iedere spreekhandeling uit een bepaalde klasse is opgebouwd. Voor de expressieven geeft Searle de volgende regel:

$$E \emptyset (P) (S/H + \text{property})$$

Hierbij staat de E voor de voor alle expressieven gelijke illocutionary point, namelijk dat er op basis van een waarheidsconditie uiting wordt gegeven aan een mentale toestand. Het teken \emptyset geeft aan dat bij expressieven geen 'direction of fit' bestaat. De spreker probeert noch zijn woorden aan te passen aan de werkelijkheid, noch de werkelijkheid aan te passen aan zijn woorden. De P staat voor Psychological state, een variabele die wordt bepaald door een scala van mogelijke mentale toestanden die met het doen van de spreekhandeling wordt geuit, zoals vreugde, verdriet of verbijstering. De S en de H laten zien dat bij de spreekhandeling sprake is van een spreker en tenminste een hoorder. De term 'property' kan worden vertaald met '(persoonlijke)eigenschap' en moet worden gerelateerd aan de spreker of de hoorder.

1.3.2 De beleefdheidstheorie

De tweede communicatieve functie van emoticons die Van de Graaf (2003) aandraagt vindt haar oorsprong in de beleefdheidstheorie van Brown en Levinson (1987). Tijdens het communiceren dienen gesprekspartners niet alleen beslissingen te nemen over de inhoud van hun uitingen, maar ook over de manier waarop ze elkaar benaderen met taal. Voor een goed begrip van de interactie zou een spreker logischerwijs zijn uitingen zo direct en bondig mogelijk moeten verwoorden. Toch komt die bondigheid de boodschap en het effect ervan

niet in alle gevallen ten goede. Een student die zijn ouders benadert met: “leen me je auto” maakt vrijwel zeker geen goede beurt en zal waarschijnlijk op de fiets moeten.

Het uitgangspunt van de beleefdheidstheorie is dat ieder mens twee tegengestelde behoeften heeft. Enerzijds, wil men toenadering zoeken tot anderen en zelf benaderd worden. Anderzijds, wil men met rust worden gelaten, dus voorkomen dat er inbreuk gedaan wordt op het eigen ‘gezicht’ (Goffman 1955) en daarmee op het gevoel gerespecteerd te worden. Om dit dilemma zo goed mogelijk op te lossen maken mensen gebruik van vele verschillende taalstrategieën. In principe geldt hoe indirecter, hoe beleefder. Door de boodschap cryptischer of indirecter te formuleren blijft er voor zowel de spreker als de geadresseerde als het ware een soort uitweg bestaan. Wanneer iemand van zijn collega, die naast het raam zit, gedaan wil krijgen dat hij een raam open doet, kan hij bijvoorbeeld vragen: " Zeg, heb jij het ook zo heet?". De spreker hoopt dat de geadresseerde de bedoeling uit zijn vraag doorziet. Wanneer de collega de onderliggende boodschap niet doorziet of niet bereid is het raam open te doen, kan hij zich 'redden' door de vraag letterlijk te nemen en kan de spreker zich op zijn beurt verschuilen achter de bewering dat hij alleen een vraag stelde.

Van de inventarisatie van alle taalstrategieën die Brown en Levinson hebben gemaakt, geeft Erica Huls (2001) een duidelijk overzicht. Binnen de taalstrategieën worden een vijftal hoofdgroepen onderscheiden.

1 Direct en zonder omhaal

In deze categorie wordt de uiting op de meest bondige manier verwoord, zoals in het hierboven genoemde voorbeeld 'leen me je auto'. Er wordt hier dus geen moeite gedaan om de inbreuk op het gezicht van de geadresseerde te verzachten.

2 Direct, maar omkleed met solidariserende middelen

"Leen me snel je auto, ik moet naar bowlingles en mijn fietsband is lek!" Hier zijn solidariserende middelen als verpakkingsmateriaal gebruikt om een zo effectief mogelijk resultaat te krijgen van de communicatie. In dit geval hoopt de spreker dat hij door het geven van redenen voor de inbreuk, iets gedaan kan krijgen. De spreker wil voorkomen dat hij uit de gunst valt bij zijn gesprekspartner. Daarvoor leeft hij zich in in de geadresseerde en richt hij zich op het zoeken van toenadering. De groep kan onderverdeeld worden in 15 solidariteitsstrategieën, namelijk:

- S1 Besteed aandacht aan je gesprekspartner
- S2 Overdrijf
- S3 Versterk het belang van je gespreksbijdrage voor je gesprekspartner
- S4 Gebruik groepsspecifieke identiteitsaanduidingen en creëer een sfeer van 'onder elkaar'
- S5 Zoek overeenstemming
- S6 Vermijd verschil van mening
- S7 Veronderstel/opper/bevestig een gezamenlijk perspectief
- S8 Wees grappig
- S9 Bevestig of veronderstel je kennis van en zorg voor de behoeften van je gesprekspartner
- S10 Biedt iets aan of beloof iets
- S11 Wees optimistisch
- S12 Sluit zowel jezelf als je gesprekspartner bij de activiteit in
- S13 Geef redenen (of vraag erom)

- S14 Neem wederzijdsheid aan of bevestig die
- S15 Geef giften (goederen, sympathie, begrip, samenwerking)

3 Direct, maar omkleed met respectvolle middelen

Het uitgangspunt van het gebruik van respectvolle middelen voor het verzachten van een inbreuk, is het tonen van respect voor de geadresseerde door een zekere afstand te bewaren. In het voorbeeld: “Mag ik u lastig vallen met nog een laatste vraag?” maakt de spreker duidelijk dat hij zich bewust is van de inbreuk en toont hiermee respect. Hieronder worden de 10 vormen van respectstrategieën genoemd:

- R1 Wees conventioneel indirect
- R2 Maak een slag om de arm of doe geen veronderstelling over de geadresseerde, maar stel een vraag
- R3 Wees pessimistisch over de medewerking van de geadresseerde
- R4 Stel de inbreuk die je doet kleiner voor
- R5 Toon achting
- R6 Excuseer de inbreuk
- R7 Maak de spreker en de geadresseerde onpersoonlijk
- R8 Stel de handeling voor als een algemene regel
- R9 Gebruik een nominale constructie
- R10 Wees direct en geef tevens expliciet aan dat jij in de min staat of de ander in de plus

4 Indirect

Een kind dat aan tafel in zijn neus peutert wordt door zijn moeder aangesproken met: “Ik dacht dat je net gegeten had?”. Met het formuleren van indirecte uitingen geeft de spreker de geadresseerde hints en hoopt dat deze daaruit de bedoeling van zijn boodschap opvangt. Vaak lijkt de informatie of de vraag in de indirecte uitingen niet geheel gepast of relevant voor de situatie. Dit maakt dat de uiting opvalt en een onderliggende bedoeling voor de hand ligt. Hoewel deze manier van formuleren erg gevoelig is voor misverstanden, heeft hij ook een groot voordeel. Een spreker kan namelijk contact zoeken met de geadresseerde terwijl hij ruimte geeft in de interpretatie van zijn uiting en een mogelijkheid creëert om te ontsnappen. In totaal zijn er 15 manieren om indirect te zijn.

- I1 Geef hints
- I2 Roep associaties op
- I3 Veronderstel
- I4 Zeg minder
- I5 Overdrijf
- I6 Zeg iets meermalen
- I7 Druk je tegenstrijdig uit
- I8 Wees ironisch
- I9 Gebruik metaforen
- I10 Stel retorische vragen
- I11 Wees dubbelzinnig
- I12 Wees vaag
- I13 Overgeneraliseer

- I14 Vervang de geadresseerde
- I15 Wees onvolledig: gebruik ellipsen

5 Ervan afzien iets te zeggen

Wanneer het risico van gezichtsverlies te groot is, kan men besluiten beter af te zijn door geen uitingen te doen. Deze vorm is erg moeilijk te herkennen. Een voorbeeld is daarom dan ook niet gegeven.

Ook emoticons kunnen we in het kader van de beleefdheidstheorie plaatsen. We zouden namelijk kunnen zeggen dat in de uiting: “leen me je auto 😊” de emoticon een taalstrategie vormt. Met het toevoegen van een lachend gezichtje aan de uiting probeert de chatter zijn geadresseerde zover te krijgen dat deze hem de auto leent. Het lachende gezichtje fungeert in dit geval als een soort vergoeding voor de inbreuk die de spreker met zijn of haar verzoek doet en kan dus gezien worden als een vorm van beleefdheid.

1.3.3 Contextualisatie cues

Volgens Van de Graaf (2003) kunnen emoticons nog een derde communicatieve functie hebben, namelijk het voorkomen of opheffen van misverstanden. Deze functie is gebaseerd op de theorie van Gumperz (1982) over contextualisatie cues. Communicatie valt of staat met interpretatie. De zender kan op talloze manieren zijn boodschap verwoorden. Het is belangrijk dat de geadresseerde de ‘juiste’ bedoeling uit die woorden achterhaalt. Omdat uitingen vaak meerdere betekenissen kunnen hebben en iedereen op zijn eigen manier interpreteert, is dit vaak een lastige zaak. Bij interpretatie gebruiken mensen naast hun grammaticale en lexicale kennis ook hun, door ervaring opgebouwde, kennis van stereotype (communicatieve) situaties. Op basis van deze kennis herkennen mensen in nieuwe situaties een bepaalde stereotype en koppelen daaraan mentale schema’s (Goffman 1974). Op deze manier probeert een geadresseerde de betekenis van uitingen te achterhalen en op te maken wat de eventuele verwachting is die van een uiting uitgaat.

Het herkenningproces bij stereotypen in talige situaties en het oproepen van mentale schema’s daarbij, is afhankelijk van ‘contextualisatie cues’. Gumperz verwoordt de definitie van een contextualisatie cue als volgt: “... any feature of linguistic form that contributes to the signalling of contextual presuppositions.” Met andere woorden een contextualisatie cue is een samenstelling van taalaspecten uit de oppervlakte structuur van een uiting, waarmee sprekers kunnen signaleren en geadresseerden kunnen interpreteren wat de activiteit is die met de boodschap samen gaat en wat uiteindelijk de bedoeling van die uiting is (O’Grady, Dobrovolsky en Kutamba, 1996).

De basis van de impliciete betekenis van een contextualisatie cue ligt, zoals hierboven al genoemd werd, in een bepaalde activiteit, iets dat wordt gedaan, of in een bepaald doel of nut waarnaar gestreefd wordt. Wanneer het een geadresseerde niet lukt deze betekenis op te vangen, kan dit leiden tot misverstanden. Ter illustratie, het volgende voorbeeld:

Een vrouw is bij haar buurvrouw op visite. De buurvrouw verwacht haar man om een bepaalde tijd thuis te komen. Hij is laat en ze vraagt zich af waar hij blijft.

Buurvrouw: “Zeg Toos, weet jij hoe laat het is?”

Vrouw: “Oh jee, ’t is al kwart over tien, ik zal zo maar eens opstappen dan.”

Buurvrouw: “Nee joh, zo bedoel ik het niet... maar Henk zou om tien uur thuis zijn.”

Vrouw: “ Oh ok, nog een wijntje dan.”

De vrouw vat de vraag van haar buurvrouw op als een ‘hint’ om een eind aan de visite te maken. Uit het antwoord van de buurvrouw op haar voorstel om op te stappen blijkt echter dat zij de vraag letterlijk bedoelde. In dit geval ontstaat het misverstand doordat de geadresseerde uit de opmerking van de spreker een bepaalde cue (dus de hint) denkt te moeten halen, terwijl de spreker niet de intentie had deze cue te gebruiken.

Contextualisatie cues kunnen gegeven worden door een bepaalde zinsbouw of door een bepaalde volgorde aan te houden waarin de uitingen elkaar opvolgen. Daarnaast kunnen cues ook worden gevormd door een specifieke woordkeuze of door intonatie. Contextualisatie cues komen niet alleen in verbale-, maar ook in non-verbale vorm voor (Auer, 1992). Dit geeft aanleiding om aan te nemen dat ook emoticons een vorm van contextualisatie cues zijn.

1.4 Betekenis en semantische primitieven

De kern van taal is betekenis. Dit geldt dus ook voor emoticons. Hun betekenis kan belangrijke indicaties geven voor de mogelijke functie(s). Daarom moet eerst een duidelijk beeld worden verkregen van hun betekenis. Maar we stuiten hier op een probleem. Taal kan door iedereen anders opgevat worden. Iets dat afhankelijk is van persoonlijke interpretatie is moeilijk in regels vast te leggen. Vaste bepalingen voor de betekenis van emoticons ontbreken. Wetenschappelijk onderzoek kan niet gefundeerd worden op subjectieve interpretaties. Daarom is in dit onderzoek gezocht naar een manier om de betekenis van emoticons te bepalen, waarbij persoonlijke interpretatie zo veel mogelijk werd uitgesloten. De oplossing werd gevonden in de Natural Semantic Metalanguage (NSM) van Wierzbicka (1996).

Wetenschappers als Bloomfield hebben geprobeerd om het betekenisaspect van de taal te omzeilen. Wierzbicka brengt daar echter tegenin: “ To study language without reference to meaning is like studying road signs from the point of view of their physical properties; how much they weigh or what kind of paint they are painted with.” Taal en betekenis zijn volgens haar dus onlosmakelijk met elkaar verbonden.

Wierzbicka is van mening dat wetenschappelijke studie naar taal én de betekenis ervan alleen kan slagen wanneer er een taalonafhankelijke metataal bestaat, de Natural Semantic Metalanguage. Hiermee kunnen alle verschillende talen worden beschreven en vergeleken. Deze NSM die door alle talen gedeeld wordt bestaat uit semantische primitieven. De primitieven vormen kernachtige begrippen van fundamentele menselijke concepten die aangeboren zijn en zelf verder niet gedefinieerd hoeven te worden. Door hiermee te werken kan bij woorden met meerdere betekenissen duidelijk gemaakt worden welke interpretatie vereist wordt. Het probleem van ambiguïteit wordt op deze manier bij de horens gevat en daarmee krijgt taal het ‘feitelijke’ karakter dat het nodig heeft om tot de wetenschappen te worden gerekend.

Hofstede (1997) geeft een overzicht van de lijst primitieven en legt in kort bestek uit wat daarbij de achterliggende gedachte is. Wierzbicka’s uitgangspunt voor de lijst was de veronderstelling, zoals hierboven al werd gezegd, dat bij mensen bepaalde fundamentele concepten aangeboren zijn. De wetenschap dat deze dus onderdeel zijn van de menselijke genetische gaven geeft aanleiding om ervan uit te gaan dat deze concepten dan ook door alle mensen gedeeld worden.

Hieronder volgt een overzicht van de set semantische primitieven:

Substantieven:	jij, ik, iemand, mensen (persoon), iets
Mentale predikaten:	denken, weten, willen, voelen, zien, horen,

Spraak:	zeggen
Acties, gebeurtenissen, beweging:	doen, gebeuren, bewegen
Bestaan, leven:	zijn (er is/zijn), leven
Determinators, kwantificeerders:	dit, de/hetzelfde, ander(s), één, twee, veel, een paar, alles
Augmentor:	meer
Evaluatoren:	goed, slecht
Descriptoren:	groot, klein
Tijd:	wanneer, hierna, daarna, voordat, een lange tijd, een korte tijd, nu
Ruimte:	waar, ver, dichtbij, onder, boven, langs, binnen, hier, plaats
Interclausale schakels:	omdat, daarom, als, als...zou
Clausale operatoren:	niet, misschien
Metapredikaat:	kunnen
Intensiveerder:	heel
Partonomie and taxonomie:	deel van, een soort
Gelijkenis:	(zo)als

In dit onderzoek is geprobeerd om de betekenis van emoticons met de semantische primitieven van Wierzbicka te analyseren.

1.5 Onderzoeksvragen en hypotheses

In dit hoofdstuk werden drie communicatieve functies van emoticons vastgesteld, zoals die uit het onderzoek van Van de Graaf (2003) naar voren kwamen. Het leek mij interessant om deze functies te controleren aan de hand van een nieuw corpus. Dit corpus bestond uitsluitend uit gezichtjes. Deze keuze zal in hoofdstuk 2 worden gemotiveerd. De eerste algemene onderzoeksvraag luidt daarom:

Wat zijn de communicatieve functies van gezichtjes in chats?(Ov1)

Bekend was dat emoticons in ieder geval een pragmatische functie vervulden. De pragmatische functie is onder te verdelen in de spreekhandelfunctie en de strategische functie. Om de eerste onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden zijn daarom twee deelvragen opgesteld. De eerste deelvraag luidt:

Wat is de pragmatische functie van gezichtjes in chats?(Ov 1.1)
In welke mate vervullen zij die functie?

Naast een pragmatische functie kunnen emoticons mogelijk de functie hebben misverstanden te voorkomen of op te heffen. De tweede deelvraag luidt:

Functioneren gezichtjes in chats als een contextualisatie cue?(Ov 1.2)
Zo ja, in welke mate?

Hoewel Internetgebruikers menen dat de ontwikkeling van emoticons voortkomt uit de noodzaak om een alternatief te vinden voor de in digitale communicatie ontbrekende non-

verbale kanalen, blijft dit slechts een aanname. Brown (1986) sluit niet uit dat non-verbale kanalen, dus ook emoticons, een communicatieve functie hebben met een vooral affectief karakter. Hij ontkent echter de veronderstelde noodzaak van non-verbale communicatie voor de informativiteit van de interactie. De eerste hypothese sluit hierbij aan. Deze luidt als volgt:

Gezichtjes dienen hooguit als ‘verfraaiing’, ‘aankleding’ of ‘opleuking’ en hebben verder geen of weinig andere functies. (H1)

Een emoticon die dient als verfraaiing, aankleding of opleuking wordt gezien als franje en is daarom per definitie niet communicatief adequaat. De vraag is nu in welke mate emoticons communicatief adequaat zijn. Daar is de tweede onderzoeksvraag op gericht:

Zijn gezichtjes in chats communicatief adequaat?(Ov2)
Zo ja, in welke mate?

Uitgaande van H1 stellen we voor de communicatieve adequaatheid de volgende hypothese op:

Gezichtjes vervullen in chats een bepaalde functie, maar hun waarde als communicatief adequaat taalmiddel is beperkt.(H2)

2 Methode

2.1 Definiëring

Emoticons en hun communicatieve functies is waar het in dit onderzoek om draait. In hoofdstuk 1 zijn al verschillende definities van het begrip *emoticon* de revue gepasseerd. De definitie die hier verder aangehouden wordt luidt als volgt: “emoticons zijn tekens die fysieke aspecten van de communicatiesituatie visualiseren.” (Ma, 1996).

2.2 Corpus aanleg

In hoofdstuk 1 werd al genoemd dat emoticons kunnen worden onderverdeeld in de twee typen: menselijke en niet-menselijke. Van de Graaf's onderzoek (2003) wees uit dat menselijke emoticons het meest gebruikt worden. Zoals in paragraaf 1.5 al werd gezegd is in dit onderzoek daarom alleen gekeken naar gezichtjes.

Om onderzoek te kunnen doen naar de functies en de effecten werd allereerst een corpus aangelegd van 200 gezichtjes, afkomstig uit chatgesprekken op forums. In eerste instantie was het plan de 200 gezichtjes te verkrijgen met behulp van een aantal ‘verzamelaars’. Omdat in het vergelijkbare onderzoek van Van de Graaf (2003) de nadruk was gelegd op mannelijke chatters, werd hier gekozen om alleen gesprekken van vrouwelijke chatters te gebruiken.

Een groot aantal personen werd hiervoor aangeschreven en verzocht aan het onderzoek mee te werken. Dit konden ze doen door hun ‘dagelijkse’ chatgesprekken op te slaan in een computerbestand en de chatgesprekken of fragmenten ervan waar gezichtjes in voorkwamen vervolgens naar de onderzoeker door te sturen. Als ondersteuning hierbij kregen de verzamelaars een korte instructie. Een belangrijk punt in deze instructie was dat de chats of chatfragmenten een spontaan karakter moesten hebben, dit betekende dat de gezichtjes onbewust moesten zijn gebruikt. Verder werden de verzamelaars ervan verzekerd dat hun chatgesprekken anoniem zouden blijven en dat zaken die men niet openbaar wilden maken zouden worden aangepast (bv. namen veranderd) of weggelaten. Hierbij was het wel belangrijk dat de oorspronkelijke betekenis van de chat niet werd aangetast.

Hoewel een behoorlijk aantal personen aan het onderzoek heeft meegewerkt, bleef de hoeveelheid vergaarde gezichtjes te beperkt. De oorzaak hiervan bleek onder andere dat men de chats vaak niet opstuurde omdat de spontaniteit ervan niet voldeed. In veel gevallen gingen mensen in hun chats bewust letten op het emoticongebruik, omdat ze kennis hadden van het onderzoek dat gedaan werd. Daarnaast bleken veel verzamelaars wegens tijdgebrek minder vaak te chatten dan ze van tevoren hadden ingeschat.

Dit dataverzamelingsproces bleek te moeizaam en tijdrovend en er werd besloten om tot een andere aanpak over te gaan. Chatforums leken een geschikte alternatieve bron voor het verkrijgen van chats met gezichtjes. Op een aantal forums werden ze veelvuldig gebruikt en kon in relatief korte tijd een grote hoeveelheid worden verzameld. De verkregen chats werden vervolgens genummerd en opgeslagen in een databestand. Een opvallend verschil tussen de ‘gewone’ chatgesprekken zoals die aanvankelijk aangeleverd zouden worden en de forumgesprekken is dat deze laatste een asynchroon karakter hebben, een forumgesprek wordt immers vaak gedurende meerdere dagen opgebouwd. Een groot voordeel van het werken met forumgesprekken was dat chatters geen kennis hadden van het onderzoek. Het probleem van het niet-spontaan gebruiken van gezichtjes, zoals dat zich in eerste instantie in de ‘gewone’ chatgesprekken had voorgedaan, was hier dus niet aan de orde.

Bij het zoeken en vinden van geschikte forums waren twee kenmerken van belang. Ten eerste diende er op een forum uiteraard gezichtjes gebruikt te worden. Daarnaast was het van belang dat er aan een forum voldoende vrouwelijke chatters deelnamen. Hierbij wil ik een kanttekening maken. Het bepalen van het geslacht van een chatter op forums is meestal lastig. Om de anonimiteit van gebruikers te waarborgen worden geen persoonlijke gegevens verstrekt. Wel hanteren chatters een chatnaam. Deze naam gaf in de meeste gevallen wel voldoende duidelijkheid. Bij twijfel werd ook beroep gedaan op aanwijzingen in de tekst, zoals taalgebruik en uitingen die verwezen naar het geslacht van de chatters, denk aan: "Ah meid, het komt wel goed." Ook werd gekeken naar het karakter van de plaatjes die bij de naam werden afgebeeld. Daarbij werd gelet op kleuren en het onderwerp van de plaatjes (bijvoorbeeld vrouwelijke figuurtjes). Belangrijk was om deze cues in combinatie te analyseren. Het is namelijk goed mogelijk dat een chatter met een mannelijk klinkende chatnaam een plaatje van een vrouwelijk figuur laat zien of andersom. Door het anonieme karakter van forums zijn in het onderzoek geen andere gebruikersgegevens meegenomen dan de sekse.

Wat opviel, was dat er op een groot aantal forums niet of nauwelijks gezichtjes werden gebruikt. Op de forums waar deze wel werden gebruikt was er vaak een mogelijkheid om emoticons te kiezen uit een snel in te voegen assortiment, vergelijkbaar met het assortiment in MSN Messenger.

Uiteindelijk werden de volgende forums gebruikt voor de verzameling:

www.vrouwenpraat.nl

www.bnn.nl

www.fok.nl

www.kvswift.nl

Het eerste forum wordt voornamelijk bezocht door vrouwelijke chatters. Het forum telt een groot aantal discussieonderwerpen. Daarnaast is het overzichtelijk en toegankelijk. Het tweede forum is afgeleid van de omroepvereniging BNN en wordt voornamelijk bezocht door jongeren, zowel meisjes als jongens. Het forum biedt een redelijk aantal onderwerpen, die vaak gelinkt zijn aan de tvprogramma's van de zender. Hoewel de vormgeving van het forum goed aansluit bij de doelgroep, is de overzichtelijkheid en toegankelijkheid enigszins beperkt.

















Het derde forum is een van Nederlands meest uitgebreide forums en telt een zeer groot aantal onderwerpen. Hoewel het aantal mannelijke chatters domineert, zijn er in een aantal specifieke chatrooms ook vrouwen te vinden. De toegankelijkheid van het forum is goed, maar door het enorme aanbod van verschillende onderwerpen is het lastig om een goed overzicht te krijgen van alle chatrooms.

Het laatste forum is er een van een korfbalvereniging en richt zich op een selecte groep, namelijk chatters die een bepaalde connectie hebben met de sport. Ook hier is weer sprake van zowel mannelijke als vrouwelijke chatters. Het forum biedt geen aparte chatrooms, maar er is sprake van een aaneenschakeling van beurten, waarin op een willekeurig moment het onderwerp van discussie kan worden gewisseld.

2.3 Vorm van de gezichtjes

Van de 200 gezichtjes uit het onderzoekscorpus werd de vorm nagegaan. In totaal kwamen 16 verschillende vormen voor. In Tabel 1 wordt hiervan een overzicht gegeven. Ook de grafische weergave van de gezichtjes is hierin opgenomen. In het verslag zal verder alleen deze grafische weergave worden aangegeven.

Tabel 1 Grafische weergave en vorm van gezichtjes

	Lachend gezichtje
	Knipogend gezichtje
	Somber/verdrietig gezichtje
	Breed lachend gezichtje
	Verbaasd/ ontdaan gezichtje
	Verward/geërgerd gezichtje
	Beschaamd gezichtje
	Plagend/ smullend gezichtje
	Verontwaardigd gezichtje
	Clown gezichtje
	Slapend gezichtje
	Gefrustreerd gezichtje
	Kwaad/ woedend gezichtje
	Stoer/ met zichzelf ingenomen gezichtje
	Duivels gezichtje
	Knarsetandend gezichtje

2.4 Verwerking van de ruwe data

Nadat voldoende chats met gezichtjes waren verzameld om het corpus te kunnen vormen, werden de chatgesprekken opgedeeld in fragmenten. Een fragment beslaat één of meerdere gezichtjes en dat deel van de tekst dat daarmee in direct verband staat. Door de fragmentering werd het onderzoeksmateriaal overzichtelijker en eenvoudiger te verwerken in een databestand. De fragmenten kregen aan de hand van de nummering van de chats een subnummer (bv. chat nr. 1, fragment nr. 1.1 enz.). De gezichtjes werden genummerd van 1 tot en met 200.

Om de begrijpelijkheid van de tekst te optimaliseren werd de interpunctie van de tekst in de fragmenten gecontroleerd en indien nodig aangepast door punten en komma's te plaatsen. Hierbij was het belangrijk dat de originele betekenis van de tekst niet werd aangetast.

2.5 Analyseproces

Het operationaliseren van het onderzoek is gebeurd aan de hand van de volgende stappen van het analyseproces: betekenisstoekenning, analyse van de pragmatische functie, analyse van de functie opheffen misverstanden, analyse van de communicatieve adequaatheid, analyse van de controle variabelen en de hergroepering van het materiaal.

2.5.1 Betekenistoekenning

De eerste aanzet tot de analyse van de communicatieve functies, was het in kaart brengen van de betekenis van de gezichtjes. Hiermee begeeft men zich op glad ijs. Hoewel verschillende 'woordenboeken' beschikbaar zijn die een bepaalde uitleg geven van de bedoelingen van emoticons, blijft het bepalen van de betekenis tot op zekere hoogte een kwestie van persoonlijke interpretatie. Persoonlijke interpretatie biedt geen ondergrond voor wetenschappelijk onderzoek, over smaak valt nou eenmaal niet te twisten. Om dit probleem op te lossen is gewerkt met de Natural Semantic Metalanguage (NSM) van Wierzbicka (1996). In hoofdstuk 1 werd het uitgangspunt van de NSM al behandeld. Het kernachtige karakter van de verzameling semantische primitieven die daar gegeven is, sluit de invloed van persoonlijke interpretatie in de betekenisbepaling zo veel mogelijk uit. Voor ieder gezichtje werd een of meerdere betekenisomschrijving(en) geformuleerd, waarbij niet gekeken werd naar hun context. Deze betekenisomschrijving kon dan de basis vormen voor de analyses van de functies. Alle gezichtjes hadden betrekking op de spreker, zodat in de beschrijving steeds is uitgegaan van de primitief 'ik'. Hieronder wordt een overzicht gegeven van de gezichtjes en hun betekenis(sen).



betekenis 1: "ik voel iets goeds"

betekenis 2: "ik geef een goed gezicht"



betekenis: "als je begrijpt wat ik bedoel"



betekenis: " ik voel iets slechts"



betekenis: "ik voel iets heel goeds"



betekenis: "ik geef een heel goed gezicht"



betekenis: "ik voel iets goeds"



betekenis: "ik voel iets heel slechts"



betekenis1: "ik voel iets heel goeds"

betekenis 2: "ik geef een heel goed gezicht"

Zoals misschien al opgevallen is wijken de omschrijvingen “ik geef een (heel) goed gezicht” en “als je begrijpt wat ik bedoel” af van de regels van de semantische primitieven. In deze gevallen bleek Wierzbicka's verzameling de ‘juiste’ lading niet te dekken. Daarom werd besloten om zelf de termen ‘geven’, ‘gezicht’, ‘begrijpen’, ‘wat’ en ‘begrijpen’ toe te voegen.

2.5.2 Analyse van de pragmatische functie

In de analyse van de pragmatische functie van de gezichtjes deden zich twee mogelijke functies voor, namelijk de expressieve spreekhandelfunctie en de strategische functie. De door de onderzoeker gekozen definities voor deze functies zijn zo geformuleerd dat ze elkaar uitsluiten.

In eerste instantie werden de gezichtjes geanalyseerd aan de hand van de spreekhandelingstheorie van Searle (1976). Uit het onderzoek van Van de Graaf is immers gebleken dat de meeste van de door hem onderzochte emoticons als een expressieve taalhandeling konden worden benoemd. Om deze reden werd er dan ook voor gekozen om alleen op een expressieve taalhandelfunctie te analyseren. Searle stelt dat een expressieve spreekhandeling een aantal kenmerken kan worden toegeschreven. Ten eerste geeft een expressief uiting aan mentale of innerlijke toestand van de spreker, waaraan een waarheidsconditie ten grondslag ligt. Daarnaast heeft een expressief geen ‘direction of fit’, zoals Searle dat noemt. Dit betekent dat de woorden van de spreker niet overeen hoeven te komen met de buitentalige werkelijkheid, maar ook dat de buitentalige werkelijkheid niet gelijk hoeft te zijn aan zijn woorden. Verder is er sprake van een variabele die kan worden ingevuld door een van de vele mogelijke mentale toestanden. Tenslotte wordt een expressief gekenmerkt door de aanwezigheid van een spreker en een hoorder, al dan niet in relatie met een eigenschap die betrekking heeft op één van beide.

Wanneer een gezichtje niet een expressieve taalhandelfunctie vervulde werd deze bekeken aan de hand van de beleefdheidstheorie van Brown en Levinson (1987). Voor sprekers die iets van een ander gedaan willen krijgen met behulp van taal, is het zaak rekening te houden met het feit dat mensen de behoefte hebben om zowel toenadering te zoeken als om met rust gelaten, dus gerespecteerd te worden. Om hier een gulden middenweg in te vinden hebben sprekers een groot aantal beleefdheidsstrategieën tot hun beschikking. Met deze strategieën kunnen zij hun verzoek of opmerkingen ‘verpakken’ met behulp van solidariserende- of respectvolle middelen om hun uitingen voor de hoorder acceptabel te maken en zo min mogelijk inbreuk te doen op hun ‘gezicht’. In de praktijk bleken maar drie van de veertig strategieën van Brown en Levinson een rol te spelen. Dit waren S7, S8, en S15 (zie hfd. 1).

2.5.3 Analyse van functie opheffen misverstanden

Behalve dat gezichtjes werden geanalyseerd in het opzicht van een pragmatische functie werd er ook gekeken naar een additionele functie, namelijk die van contextualisatie cue. Met een contextualisatie cue kan de spreker aangeven van welke activiteit sprake is als hij een bepaalde uiting doet. De geadresseerde kan op zijn beurt hieruit opmaken hoe de uiting moet worden geïnterpreteerd. Op deze manier kan een contextualisatie cue communicatieve misverstanden (helpen) voorkomen of opheffen. Een emoticon fungeerde als een contextualisatie cue wanneer hij de activiteit van de uiting veranderde. Dit was het geval als bijvoorbeeld aan een serieuze uiting een lachend gezichtje werd toegevoegd, zoals in

“Waarom loop je niet naast me, je voelt je zeker te goed voor mij 😊”. Dit heeft als resultaat dat de activiteit die de spreker met zijn uiting uitvoert, namelijk serieus zijn, verandert in een grapje maken.

2.5.4 Analyse van de communicatieve adequaatheid

Het leek interessant om erachter te komen hoeveel gezichtjes nu eigenlijk een fundamentele bijdrage leveren aan de communicatie. Hiervoor werd de variabele ‘communicatief adequaat’ aangemaakt. Deze variabele werd afgeleid van de variabelen ‘spreekhandelfunctie’, ‘functie opheffen misverstanden’, ‘redundantie’ en ‘vaagheid’. Bepaald werd dat een gezichtje communicatief adequaat is wanneer hij:

- een expressieve taalhandeling of een contextualisatie cue is
- niet redundant is
- duidelijk is

Een gezichtje dat een strategische functie heeft, is niet meer dan ‘franje’ en speelt daarom ook geen fundamentele rol in de conversatie. Een gezichtje dat redundant is herhaalt als het ware wat er in de tekst al is verwoord. Hij is in principe overbodig, dus kan hij ook in dit geval niet van fundamenteel belang zijn. Tenslotte kunnen gezichtjes waarvan onduidelijk is naar wie of wat zij refereren in de feitelijke context van de communicatie, eveneens geen essentiële communicatieve bijdrage worden toegeschreven.

2.5.5 Analyse van de controle variabelen

Er is gewerkt met een willekeurige, niet-gestuurde materiaalverzameling. Daarom was het noodzakelijk om de te vinden relatie tussen de vorm en de functie van de gezichtjes aan een controle te onderwerpen. Daarin werd gekeken of contextuele variabelen deze vorm-functie relatie beïnvloedden. Alle gezichtjes werden geanalyseerd in de volgende opzichten:

- tijdcategorie (week/weekend)
- interactie proces (positief/negatief)
- context chat (persoonlijk/ zakelijk)
- relationele sfeer chat (toenadering zoekend/ afstandelijk)
- relationele bekendheid chatters (aanwezig/ afwezig)
- thema fragment (ditjes en datjes, serieus)
- uitgeloktheid (ja/nee)
- interactionele monitoring (formeel/ informeel)
- opheldering emoticon (ja/nee)

Hieronder worden deze punten kort toegelicht. Dat geldt niet voor ‘thema fragment’, dat spreekt voor zich.

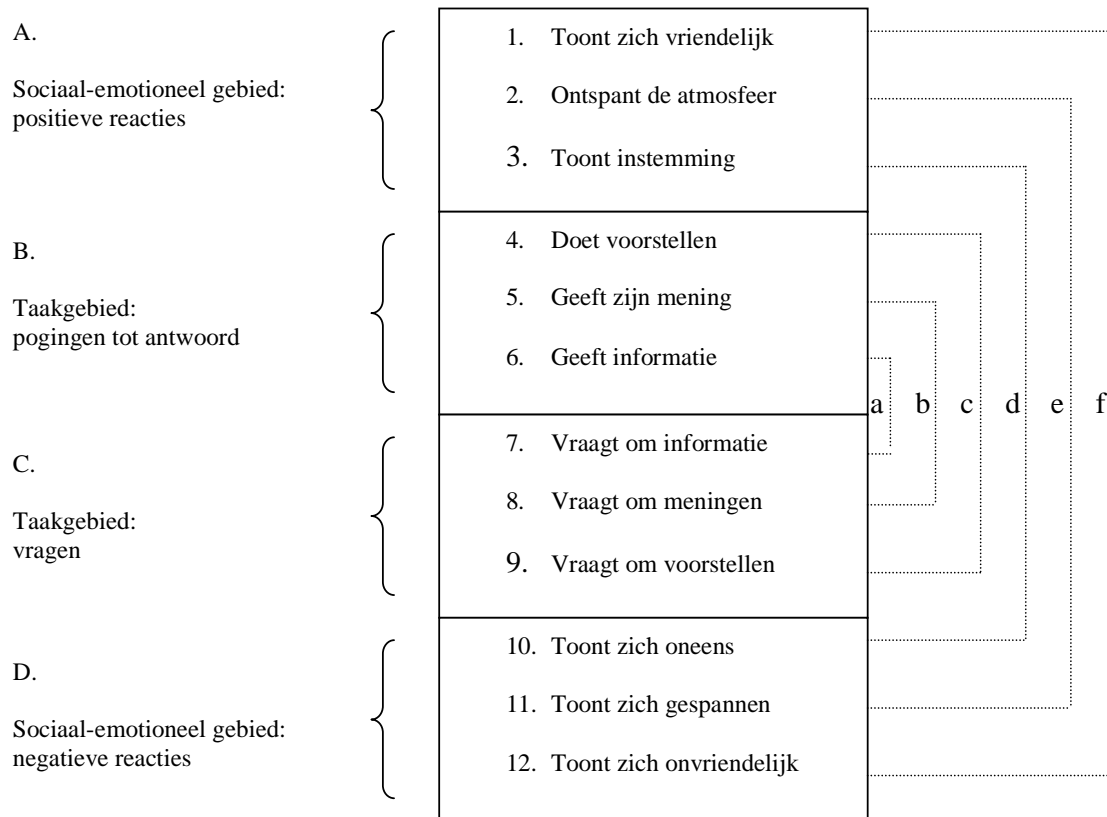
Tijdcategorie

Deze variabele heeft betrekking op de vraag of het gezichtje voorkomt in de context van het chatgesprek of fragment dat op een door-de-weekse dag of in het weekend is opgesteld.

Interactie proces

Met ‘interactie proces’ werd vastgesteld in welke emotionele sfeer het gezichtje werd gebruikt. De variabele is gebaseerd op de Interaction Process Analysis van Bales (1951). Deze analyse omvat een combinatie van methoden voor het observeren en analyseren van sociale interactie in kleine face-to-face groepen.

In de Interaction Process Analysis wordt ervan uitgegaan dat er in iedere vorm van menselijke face-to-face interactie zich overeenkomstige problemen voordoen op het gebied van vaardigheden of taken in menselijke relaties. De interactie is erop gericht om deze problemen op te lossen. Hieronder wordt hiervan een overzicht gegeven.



Betekenis van de letters:
a. oriëntatieproblemen d. besluitvormingsproblemen
b. evaluatieproblemen e. spanningsregulatieproblemen
c. controleproblemen f. integratieproblemen

Fig. 2 Interaction Process Analysis

De Interaction Process Analysis bestaat uit de vier secties A,B,C en D. Globaal gezien kunnen deze secties worden gekarakteriseerd als vragen (C), pogingen tot antwoorden (B), positieve reacties (A) en negatieve reacties (D). De secties zijn onderverdeeld in twaalf categorieën die een onderlinge relatie hebben (a-f). Eén mogelijkheid om de relaties in het systeem te interpreteren is dat zij een opeenvolging vormen van vragen, dan pogingen tot antwoorden en daarop volgend ofwel positieve reacties, dan wel negatieve reacties. Een andere uitleg is dat de secties B en C samen een gebied van taakproblemen vormen en de secties A en D een gebied van sociaal-emotionele problemen. Wanneer er wordt geprobeerd de taakproblemen op te lossen ontstaat er een zekere spanning in de sociaal-emotionele relaties. De taakproblemen worden echter niet opgelost als alleen naar de sociaal-emotionele relaties wordt gekeken. Het gaat er dus om een zo goed mogelijke tussenweg te vinden.

Zoals al eerder genoemd, gebruikte Bales zijn methode om de interactie binnen kleine face-to-face groepen te onderzoeken. In de gespreksgroepen die in mijn onderzoek zijn onderzocht is geen sprake van face-to-face communicatie. Toch is de methode van Bales als een van de uitgangspunten voor mijn onderzoek gekozen. Het aantal deelnemers per chat was immers vaak beperkt en daarnaast meldt Bales (1951) dat er velen zijn die van mening zijn dat zijn methode van toepassing zou zijn op alle mogelijke vormen van interactie. Dat zou betekenen dat ook chatgesprekken hiertoe gerekend zouden kunnen worden.

De waarden van de variable ‘interactie proces’ luiden *positief* en *negatief*, gebaseerd op de categorieën uit de secties A en D van de Interaction Process Analysis. Kortom, wanneer het karakter van de reacties van de chatter(s) op de vragen en pogingen tot antwoorden overwegend positief van aard waren, werd de sfeer van de chat als positief benoemd. Waren de reacties overwegend negatief dan werd de sfeer van de chat als negatief benoemd. Hieronder volgen twee voorbeelden.

Positieve emotionele sfeer:

chatter 1 zegt:

Mabel Wisse Smit: mag zij trouwen met prins Johan Friso???

En wat denk jij van al deze verhalen.....

chatter 2 zegt:

Laat ze maar lekker trouwen 😊

En als de regering geen toestemming geeft, dan zou ik als ik haar was feestelijk bedanken voor de eer om reserve-koningin te zijn (zo leuk lijkt me dat nou ook weer niet 😞...)

Negatieve emotionele sfeer:

quote:

De PvdA wil hardere maatregelen tegen ongewenste e-mail, sms en telefoontjes (....)

Het verzenden van ongewenste e-mail (spam), sms-jes en mms-jes moet strafbaar worden vindt de PvdA....

chatter zegt:

Ja hoor 😞

Gaan we ons druk maken over spam???

Nu dat:

* de economie zo slecht er voor staat

* duizenden mensen hun banen verliezen

* mensen met een uitkering niet meer kunnen rond komen

(....)

*en ga zo maar door.....

En worden de mails die door burgers worden gestuurd met negatieve kritiek ook gezien als spam???

Ik krijg steeds meer afkeer van de heren in Den Haag... ik walg van ze 🤢

Context chat

Met de variabele 'context chat' wordt verwezen naar de buitentalige situatie van de chat, waarin het gezichtje is gebruikt. De buitentalige situatie wordt door Renkema (1993) ook wel de discourse situation genoemd. Deze is een onderdeel van het taalgebeuren (Appel, Hubers en Meijer, 1979). Onder het taalgebeuren verstaan we de situatie die gecreëerd is voor taalhandelen; mensen komen samen met het doel om te praten. Hymes gebruikt het woord SPEAKING als een acronym voor negen hoofdelementen, waaronder de zestien componenten van het taalgebeuren zijn ondergebracht. Het model van Hymes is door Appel, Hubers en Meijer vertaald in het Nederlands en is als volgt opgebouwd:

S	<i>Setting</i>	De waarneembare en als zodanig beschrijfbare omstandigheden van de taalhandelingssituatie: tijd, plaats en andere fysieke omstandigheden. Bijvoorbeeld een les in een leslokaal.
	<i>Scene</i>	De interpretatie van de situatie als die-en-die situatie. Bijvoorbeeld een leerling stelt een leraar een vraag.
P	<i>Participants</i>	De spreker, hoorder, toehoorders en de bron. Bijvoorbeeld de leerling en de leraar.
E	<i>Ends</i>	De functie van het taalgebeuren, bijvoorbeeld een geschiedenisles, of de doeleinden van de participanten, bijvoorbeeld het bijbrengen van de vaderlandshistorie aan leerlingen.
A	<i>Act sequences</i>	De vorm, bijvoorbeeld een geschiedenisverhaal vertellen en daarna vragen beantwoorden, en de inhoud, bijvoorbeeld de moord op Willem van Oranje.
K	<i>Keys</i>	De toonsoort, bijvoorbeeld droog en serieus of smeug met grapjes.
I	<i>Instrumentalities</i>	De taalvariëteit, bijvoorbeeld het gesproken woord, en het kanaal, dus praten.
N	<i>Norms</i>	De normen voor interactie, bijvoorbeeld de toelaatbaarheid van interruptie; de leraar mag je doorgaans niet zomaar onderbreken, en de normen voor interpretatie, bijvoorbeeld je vinger opsteken tijdens de les betekent meestal dat je iets wilt vragen.
G	<i>Genres</i>	Een grapje of sprookje.

Fig.3 SPEAKING- model

De discourse situation wordt bepaald door elementen uit de componenten van de S, P en N. Van de S onder *Setting* is de plaats waar de speech act plaatsvindt bepalend. Van de P is de sociale of maatschappelijke rol van de gespreksdeelnemers van belang. Van de N zijn de normen die gebonden zijn aan de plaats van het taalgebeuren van invloed.

In eerste instantie leek het SPEAKING model van Hymes een interessante onderbouwing te zijn voor het begrip 'context' in mijn onderzoek. Achteraf blijkt de relevantie hiervan toch te beperkt. Het model is te genuanceerd en gaat niet specifiek in op contextvarianten. Ook Renkema gaat hier niet voldoende ver op in. Daarom heb ik zelf een tweetal contextvarianten aangedragen, namelijk een persoonlijke- of een zakelijke context. Een context werd als persoonlijk benoemd wanneer er vooral sprake was van waardeoordelen. Chatters lieten zich daarbij uit over hun gevoelens en emoties of gaven hun mening over iets geven. Bij een zakelijke context ging het voornamelijk over feiten en concrete zaken. Een voorbeeld van een persoonlijke en een zakelijke context worden hieronder gegeven.

Persoonlijke context:

chatter zegt:

Zelf ben ik een gezellige iets verlegen soms flapuit 😊

Vaak weet ik niet zo goed houding te geven...

Ik lijk dan wat bitchy en hooghartig...neus in de lucht en tiete vooruit 🙄

Maar ondertussen ben ik altijd aan het oefenen om te praten, klinkt raar maar tisso 😊

Wat voor typje ben jij en hoe ga jij daarmee om?

Zakelijke context:

chatter zegt:

wie weet voor mij het emailadres en telefoonnummer van Angela Verdonk?

Je kunt het doormailen naar ilsehamer@hotmail.com

Bedankt 😊

Steehouder noemt in zijn boek "Leren Communiceren" (1992) een aantal kenmerken van een zakelijk gesprek. Zo stelt hij dat zakelijke gesprekken onder andere een zakelijk doel hebben, zoals informatieoverdracht, probleemoplossing, advisering of beoordeling. In de gevallen waarbij in mijn onderzoek de context als zakelijk is benoemd is een dergelijk zakelijk doel aan te wijzen.

Relationele sfeer chat

De variabele 'relationele sfeer chat' heeft betrekking op de manier waarop de chatters zich opstellen tegenover elkaar binnen het chatfragment waarin een gezichtje voorkomt. Iemand kan toenadering zoeken bij zijn gesprekspartner of zich juist afstandelijk opstellen. Bales (1951) draagt in zijn Interaction Process Analysis de termen solidariteit en vijandigheid aan. De waarden die ik voor mijn onderzoek aan de variabele 'relationele sfeer chat' heb gegeven, namelijk 'toenadering zoekend' en 'afstandelijk' kunnen hieraan gekoppeld worden. Je zou kunnen zeggen dat iemand die toenadering zoekt tot een ander zich solidair opstelt. Hoewel de term vijandig in veel gevallen te sterk lijkt, is de essentie van het begrip dezelfde als bij afstandelijk.

Over solidariteit zegt Bales dat daarbij sprake is van een verplichting en een recht. De verplichting bestaat eruit dat iemand zich cognitief, affectief en conatief met een ander identificeert. Men moet zichzelf beschouwen als een deel van een groter geheel. Een

andermans belangen zie je als die van jezelf. Je werkt samen en je deelt elkaars lot. Het is iemands recht om deze opstelling en handelingen van de ander terug te verwachten. Wanneer een persoon een ander niet ziet als een deel van het geheel waartoe hij zichzelf rekent of een solidaire relatie weigert of probeert te verbreken, dan stelt hij zich vijandig op. Op basis van deze criteria heb ik de relationele sfeer van de chats benoemd. Hieronder geef ik van beide mogelijkheden een voorbeeld.

‘toenadering zoekend’:

chatter 1 zegt:

Heeft iemand goeie tips om strakkere billen te krijgen?

chatter 2 zegt:

Je gaat met je handen en knieën op de grond ‘zitten’ dan: houd je been 90 graden en beweeg je been naar de zijkant omhoog net als een hond die tegen een boom plast 😊

Dit 50 keer herhalen met ieder been 😊

‘afstandelijk’:

chatter 1 zegt:

Hello I’m George W Bush and me and that good friend of my Balkenende and Blair gonna destroy the world! HAHAAAAHA (and I eat pizza all the time) 🤪

chatter 2 zegt:

Hmmm onder welke invloed zou die geweest zijn 🤪

Relationele bekendheid chatters

Met de variabele ‘relationele bekendheid chatters’ wordt gekeken naar de mate waarin de chatgespreksdeelnemers die gezichtjes gebruiken elkaar ‘kennen’. In *Dilemma’s in menselijke interactie* (2001) noemt Huls de term ‘sociale afstand’. Het elkaar kennen zoals daar sprake van is bij de variabele ‘relationele bekendheid chatters’ kan in het kader van sociale afstand worden geplaatst. Sociale afstand heeft te maken met hoe dicht mensen ‘bij elkaar staan’. Huls geeft de voorbeelden van echtgenoten en beste vrienden die dicht bij elkaar staan en waar de sociale afstand klein is. Mensen die je niet kent of waarmee je geen affiniteit hebt staan verder van je af, de sociale afstand is dan dus groter. Tussen een kleine en een grote sociale afstand bevinden zich tal van gradaties. Chatters staan ook in meer of mindere mate ‘bij elkaar’. Chatters die gebruik maken van forums zijn vaak onbekenden van elkaar. De sociale afstand is in principe groot. In sommige gevallen is de contactfrequentie van chatters echter zo groot dat alsnog een zekere bekendheid tussen hen ontstaat en de sociale afstand iets wordt verkleind.

Uitgeloktheid

Een gezichtje was ‘uitgelokt’, wanneer deze als reactie wordt gegeven op een gezichtje dat in een voorgaande uiting is gebruikt. Vaak hebben de gezichtje dan eenzelfde of een sterk vergelijkbare vorm, zoals in de volgende voorbeelden:

Voorbeeld 1:

Chatter 1 zegt:

“ik hou van jou ❤️

chatter 2 zegt:
“ik hou ook van jou ❤️

Voorbeeld 2:

Chatter 1 zegt:

Hallo 😊

Chatter 2 zegt:

He, hallo 😊

Interactionele monitoring

In het proefschrift van A.Hagen (1981) wordt het verschijnsel ‘monitoring’ toegelicht. Hagen stelt dat het begrip het beste opgevat kan worden als: “een cognitieve strategie gericht op het bewaken van een op optimale communicatie gerichte taalproductie of , in gevallen waar geen directe communicatie in het geding is, van de specifieke, niet-communicatieve doelen van de taalproductie.

Hagen onderscheidt drie vormen van monitoring, namelijk referentiële-, interactionele- en normatieve monitoring. Referentiële monitoring heeft betrekking op de geslaagde verwoording van wat de spreker wil zeggen. Interactionele monitoring houdt verband met de vraag of het taalgebruik is afgestemd op de ontvanger. Bij normatieve monitoring tenslotte, gaat het om het juiste gebruik van grammaticale regels, de betekenis en de begrijpbaarheid van de communicatie.

In mijn onderzoek heb ik de variabele ‘interactionele monitoring’ opgenomen. Deze heeft alleen betrekking op Hagen's tweede monitoring vorm interactionele monitoring. Het gaat hierbij om de bewaking van de spreker/hoorder relatie. Daarbij spelen groepsrelaties, rolrelaties en ingeschatte taalcompetentie van de hoorder een belangrijke rol. De spreker past zijn taalgebruik aan aan de hoorder. Over het algemeen is in omgangstaal het taalgebruik spontaan, er wordt dus nauwelijks of niet gemonitord (Janssen 1997). Naarmate het taalgebruik formeler wordt raakt de spreker meer op zijn hoede. Labov (1972) spreekt daarbij van ‘careful conversation’. Naar aanleiding van wat hierboven beschreven is heb ik voor de variabele ‘interactionele monitoring’ in mijn onderzoek de volgende regels opgesteld: de chatter uit zich ‘formeel’ wanneer hij zijn taalgebruik bewust afstemt op de hoorder, de chatter uit zich ‘informeel’ wanneer hij zich niet bewust bezighoudt met zijn taalgebruik.

Labov noemt voorbeelden van conversatie waarin formeel taalgebruik plaatsvindt, zoals in interviews, tijdens een sollicitatiegesprek, of bij het voorlezen van tekst. Informeel taalgebruik bestaat doorgaans uit alles wat iemand terloops tegen anderen zegt zoals burens, familie, vrienden ed.

Opheldering gezichtje

Wanneer een gespreksdeelnemer niet goed begrijpt wat een andere chatter met een bepaald gezichtje bedoelt vraagt hij/zij expliciet om een nadere verklaring.

2.5.5.1 Distributiegegevens van de contextuele variabelen

Tabel 2 geeft een overzicht van de frequentie van de gezichtjes per contextuele variabele. Bij ‘interactionele monitoring’ en ‘opheldering gezichtje’ valt op dat de scores constant zijn. Slechts in één geval is de relationele bekendheid *afwezig*. Deze afwijking kan verwaarloosd worden, zodat ook deze variabele als constant kan worden beschouwd. Om mogelijke

verwarring in de verdere analyse van de contextuele variabelen te voorkomen zijn deze drie variabelen buitengesloten.

Tabel 2 Frequentieverdeling van de gezichtjes over de contextuele variabelen

Contextuele variabelen	Frequentie	Percentage (%)
Tijdcategorie		
Week	135	67,5%
Weekend	65	32,5%
Totaal	200	100,0%
Interactie proces		
Positief	171	85,5%
Negatief	29	14,5%
Totaal	200	100,0%
Context chat		
Persoonlijk	116	58,0%
Zakelijk	84	42,0%
Totaal	200	100,0%
Relationele sfeer chat		
Toenadering zoekend	184	92,0%
Afstandelijk	16	8,0%
Totaal	200	100,0%
Relationele bekendheid chatters		
Aanwezig	199	99,5%
Afwezig	1	0,5%
Totaal	200	100,0%
Thema fragment		
Ditjes en datjes	110	55,0%
Serieus	90	45,0%
Totaal	200	100,0%
Uitgeloktheid		
Uitgelokt	10	5,0%
Niet uitgelokt	190	95,0%
Totaal	200	100,0%
Interactionele monitoring		
Informeel	200	100,0%
Formeel	0	0%
Totaal	200	100,0%
Opheldering gezichtje		
Opheldering gevraagd	0	0%
Geen opheldering gevraagd	200	100%
Totaal	200	100%

2.6 Hergroepering van het materiaal

Het op willekeurige wijze verzamelen van het onderzoeksmateriaal heeft het voordeel dat de resultaten een beeld geven van de werkelijkheid. Een bijkomstig nadeel is wel dat er vaak scheve verdelingen en cellen met lage frequenties op treden. Dit probleem is op de volgende manier aangepakt:

- categorieën zijn samengevoegd, wanneer de celfrequenties onder een minimum van 5 lagen
- er zijn nieuwe variabelen gevormd op basis van bestaande die meer samenvattend zijn
- de reikwijdte van het onderzoek is beperkt tot die aspecten van de werkelijkheid waarvan een redelijk aantal observaties voorhanden is

2.6.1 Hergroepering van gespreksstrategieën

Van de in totaal 40 beleefdheidsstrategieën die Brown en Levinson (1987) specificeerden, zijn in het onderzoek, op basis van het onderzoek van Van de Graaf, tien strategieën opgenomen (S2, S4, S7, S8, S9, S13, S15, I1, I2 en I12). Uit analyse bleek dat slechts drie van deze tien in dit onderzoek van belang zijn geweest (S7, S8 en S15), dit waren allemaal strategieën waarin gebruik werd gemaakt van solidariserende middelen.

Omdat bij de pragmatische functie teveel cellen een te lage frequentie hadden werden in de variabele 'pragmatische functie' de substrategieën 'gezamenlijk perspectief' (S7), 'wees grappig' (S8) en 'geef giften' (S15) van de strategische functie, samengebundeld onder de noemer 'strategische functie solidariserend'.

2.6.2 Hergroepering van gezichtjes

Onder de zestien verschillende gezichtjes in het onderzoek, bleek een te groot aantal een lagere frequentie te hebben dan 5. Er werd daarom besloten om alle gezichtjes onder te brengen in drie subcategorieën, namelijk 'positieve emoties', 'negatieve emoties' en 'gemengde gevoelens'. Hierbij werden ze op de volgende manier verdeeld:

Positieve emoties:

- lachend gezichtje
- breed lachend gezichtje
- plagend/ smullend gezichtje
- clowns gezichtje
- slapend gezichtje
- stoer/met zichzelf ingenomen gezichtje

Negatieve emoties:

- somber/ verdrietig gezichtje
- verbaasd/ ontdaan gezichtje
- verward/ geërgerd gezichtje
- beschaamd gezichtje
- verontwaardigd gezichtje
- gefrustreerd gezichtje
- woedend/ kwaad gezichtje

- duivels gezichtje
- knarsetandend gezichtje

Gemengde gevoelens:

- knipogend gezichtje

De meeste keuzes die gemaakt zijn bij de onderverdeling van de gezichtjes spreken voor zich en behoeven geen onderbouwing. Van een klein aantal wordt hieronder een korte toelichting gegeven.

Bij de categorisering van het slapende gezichtje is aangenomen dat de activiteit slapen in algemene zin positief wordt bevonden. Slapen resulteert doorgaans in een fitter gestel, maar is daarnaast zelfs noodzakelijk voor een mens om in leven te blijven.

Het stoere/ met zichzelf ingenomen gezichtje is eveneens ondergebracht bij de positieve emoties. Hierbij is door de ogen van de spreker gekeken; dat wil zeggen dat sprekers het gevoel stoer te zijn of 'blij' te zijn met zichzelf over het algemeen positief ervaren. Onder de geadresseerden zullen er ongetwijfeld mensen zijn die dit anders ervaren, maar daar wordt hier niet aan gerefereerd.

Alle knipogende gezichtjes werden tot de gemengde gevoelens gerekend. Belangrijk is hierbij te weten dat alle knipogende gezichtjes een gesprekstrategische functie vervullen. Hierin ligt ook de verklaring voor de categorisering. Iemand die een gespreksstrategie inzet heeft vaak tegenstrijdige gevoelens. Er is een tweestrijd tussen zijn werkelijke gevoelens (de wens om iets gedaan te krijgen) en de gevoelens die hij in zijn uitingen legt (middel om iets bij de ander te bereiken). Enerzijds wil hij recht door zee gehoor geven aan zijn gevoel of wens, anderzijds weet hij dat hij, om zijn doel te bereiken, als het ware concessies moet doen aan zijn werkelijke gevoelens.

2.6.3 Hergroepering van relationele bekendheid chatters

Om de variabele 'relationele bekendheid chatters' overzichtelijker te maken zijn de aanvankelijke vier waarden: zeer sterk, sterk, matig en afwezig teruggebracht tot twee waarden, namelijk: aanwezig en afwezig. Hierbij vormden de eerste drie de categorie 'aanwezig' en de laatste de categorie 'afwezig'.

2.6.4 Hergroepering van thema fragment

Ook bij het thema van het fragment zijn de twaalf waarden die de variabele eerst telde, samengevoegd onder de twee waarden 'ditjes en datjes' en 'serieus'. Dit gebeurde als volgt:

Ditjes en datjes

- vrije tijd
- sport
- cultuur
- huishouden
- kleding/uiterlijk
- chatten
- radio/tv

Serieus

- school/opleiding
- actualiteit/nieuws
- liefde/ relatie
- gezondheid/ voeding
- werk

2.7 Statistische verwerking van gegevens

Zowel het verband tussen de vorm van gezichtjes en de communicatieve functies als tussen de vorm en de communicatieve adequaatheid is getoetst aan de hand van een χ^2 -toets. De relatie van zowel de functies als de communicatieve adequaatheid met de contextuele variabelen is nagegaan met behulp van een multinomiale logistische regressie.

















3 Resultaten

Dit hoofdstuk begint met een overzicht van de verdeling van de gezichtjes per vorm en per vormcategorie. Vervolgens worden de resultaten van de analyse van de pragmatische functie en van de functie opheffen misverstanden behandeld. Daarna volgen de resultaten van de analyse van de communicatieve adequaatheid. Tenslotte worden de resultaten van de analyse naar de contextuele variabelen besproken.

3.1 Verdeling van gezichtjes

Zoals al eerder werd gezegd is alleen gekeken naar gezichtjes. De hoeveelheid verschillende vormen van gezichtjes die zijn ontwikkeld is enorm. Opvallend is dat er onder de 200 gezichtjes in het corpus slechts zestien verschillende vormen zijn vertegenwoordigd (zie Tabel 3).

Tabel 3 Verdeling van gezichtjes

Gezichtjes	Frequentie	Percentage (%)
	11	5,5
	39	19,5
	21	10,5
	58	29,0
	20	10,0
	12	6,0
	15	7,5
	2	1,0
	3	1,5
	1	0,5
	1	0,5
	1	0,5
	3	1,5
	10	5,0
	2	1,0
	1	0,5
Totaal	200	100,0

Omdat van een groot aantal gezichtjes de frequentie lager was dan 5 zijn de zestien vormen in drie categorieën samengebundeld, namelijk: positieve emoties, negatieve emoties en gemengde gevoelens. Chatters gebruikten in hun uitingen voornamelijk positieve en negatieve gezichtjes. Op basis van de indeling in vormcategorieën (zie paragraaf 2.6.2) kan worden geconcludeerd dat de verdeling tussen negatieve en positieve gezichtjes nagenoeg gelijk was (positief: N= 83, negatief N= 78). Uit paragraaf 2.6.2 werd ook duidelijk dat de vormcategorie 'gemengde gevoelens' alleen bestaat uit knipogende gezichtjes. Knipogende gezichtjes werden aanzienlijk minder vaak gebruikt (zie Tabel 4).

Tabel 4 Verdeling van gezichtjes naar vormcategorieën

Vormcategorie	Frequentie	Percentage
Positieve emotie	83	41,5
Negatieve emotie	78	39,0
Gemengde gevoelens	39	19,5
Totaal	200	100,0

3.2 Pragmatische functie van gezichtjes

Uit de analyse van de pragmatische functie bleek dat er een significant verschil bestaat tussen de verschillende vormcategorieën en de pragmatische functie, dus de spreekhandelfunctie en de strategische functie solidariserend ($\chi^2(2) = 128.85, p < .000$). Tabel 5 laat zien dat chatters het overgrote deel van de gezichtjes (71% van 200) gebruikten met als enige doel hun gevoelens of emoties over te brengen. De overige 29% van de gezichtjes werd ingezet als ‘strategie’ om iets van de geadresseerde gedaan te krijgen. Hierbij werden alleen solidariserende middelen toegepast. Er werden beduidend meer positieve en negatieve gezichtjes gebruikt dan gezichtjes die gemengde gevoelens weergeven. Interessant is, dat alle 39 knipogende gezichtjes, fungeerden als een solidariserend middel in een taalstrategie om bij een ander iets gedaan te krijgen. Verder komt naar voren dat emoticongebruikers nooit ‘lelijke’ gezichten tonen om iets bij de ander te bereiken.

Tabel 5 Verdeling van de vormcategorieën naar de pragmatische functie

Vormcategorie gezichtjes	Pragmatische functie		Totaal
	Spreekhandeling	Strategische functie solidariserend	
Positieve emotie	64 77,1%	19 22,9%	83 100,0%
Negatieve emotie	78 100,0%	0 ,0%	78 100,0%
Gemengde gevoelens	0 ,0%	39 100,0%	39 100,0%
Totaal	142 71,0%	58 29,0%	200 100,0%

3.3 Voorkomen gezichtjes misverstanden?

Er bleek een significant verschil te zijn tussen de verschillende vormcategorieën en de functie opheffen misverstanden ($\chi^2(2) = 44,03, p < .000$). Tabel 6 geeft aan dat chatters slechts in 36 gevallen (18% van 200) een gezichtje aan hun uitingen toevoegden met de bedoeling misverstanden te voorkomen. Gezichtjes met gemengde gevoelens, dus knipogende gezichtjes, hadden met een frequentie van 20 (10% van 200) hierin het grootste aandeel. De verdeling tussen het wel en niet fungeren als een contextualisatie cue is zowel bij positieve als negatieve gezichtjes erg scheef. Voor knipogende gezichtjes geldt hierin echter een vrijwel gelijke verdeling.

Tabel 6 Verdeling van de vormcategorieën naar de functie opheffen misverstanden

Vormcategorie gezichtjes	Functie opheffen misverstanden		Totaal
	Contextualisatie cue	Geen contextualisatie cue	
Positieve emotie	15 18,1%	68 81,9%	83 100,0%
Negatieve emotie	1 1,3%	77 98,70%	78 100,0%
Gemengde gevoelens	20 51,3%	19 48,7%	39 100,0%
Totaal	36 18,0%	164 82,0%	200 100,0%

3.4 Zijn gezichtjes communicatief adequaat?

Uit de analyse van de communicatieve adequaatheid wordt duidelijk dat er een significant verschil bestaat tussen de vormcategorieën en de communicatieve adequaatheid ($\chi^2(2) = 27,99, p < .000$). Zoals in paragraaf 2.5.4 al werd genoemd werd de communicatieve adequaatheid van de gezichtjes bepaald door het feit of zij fungeerden als een expressieve taalhandeling, dan wel als een contextualisatie cue, hun mate van redundantie en door de vraag of duidelijk was naar wie of wat ze verwijzen in de buitentalige werkelijkheid.

Uit Tabel 7 kan opgemaakt worden dat uiteindelijk 154 gezichtjes (77% van 200) positief scoorden op communicatieve adequaatheid. Zowel de positieve als negatieve lieten een scheve verdeling zien tussen wél en geen communicatieve adequaatheid (pos: 63:20, neg: 72:6) en beide scoorden hier in hoge mate positief op (pos: 31,5% van 200, neg: 36,2%). Dit strookt met de resultaten uit Tabel 7 waarin positieve en negatieve gezichtjes beide laag scoorden op strategische functie solidariserend. Immers, gezichtjes die een strategische

functie hebben, dus niet meer zijn dan ‘franje’, zijn niet communicatief adequaat. De 39 knipogende gezichtjes lieten een bijna gelijke verdeling zien (19:20).

Tabel 7 Verdeling van de vormcategorieën naar communicatieve adequaatheid

Vormcategorie gezichtjes	Communicatieve adequaatheid		Totaal
	Communicatief adequaat	Niet communicatief adequaat	
Positieve emotie	63 75,9%	20 24,1%	83 100,0%
Negatieve emotie	72 92,3%	6 7,7%	78 100,0%
Gemengde gevoelens	19 48,7%	20 51,3%	39 100,0%
Totaal	154 77,0%	46 23,0%	200 100,0%

3.5 Invloed van contextuele variabelen

In deze paragraaf wordt eerst de relatie tussen de contextuele variabelen en de communicatieve functies onderzocht. Daarna komt ook de relatie tussen de contextuele variabelen en de communicatieve adequaatheid aan de orde.

3.5.1 Relatie tussen de contextuele variabelen en de functies

Van de in hoofdstuk 2 relevant gebleken contextuele variabelen (‘tijdcategorie’, ‘interactie proces’, ‘context’, relationele sfeer chat’, ‘thema’ en ‘uitgeloktheid’) is het effect op de pragmatische functie nagegaan met behulp van een multinomiale logistische regressie. Het model bleek niet significant. Bovendien vertoonde geen van de in het model opgenomen variabelen een significante relatie met de pragmatische functie. Ook werd het effect van de contextuele variabelen op de functie ‘opheffen misverstanden’ getoetst met een multinomiale logistische regressie. Ook deze functie varieerde niet in relatie tot ‘tijdcategorie’, ‘interactieproces’, ‘context’, ‘relationele sfeer chat’, ‘thema’ en ‘uitgeloktheid’.

3.5.2 Relatie tussen de contextuele variabelen en de adequaatheid

Voor de evaluatie van de relatie tussen de relevant gebleken contextuele variabelen (zie hoofdstuk 2 en paragraaf 3.5.1) en de communicatieve adequaatheid is ook een multinomiale logistische regressie gebruikt. Het model was niet significant en de verklaarde variantie was

laag (Nagelkerke = .07). Wel vertoonde één van de in de analyse opgenomen variabelen een significante uitkomst, namelijk 'context' ($\chi^2(1) = 4,68, p < .05$). Tabel 8 geeft de relatie tussen de vorm van de gezichtjes en hun communicatieve adequaatheid twee keer weer: in de bovenste helft staat de relatie in een persoonlijke context en in de onderste helft staat de relatie in een zakelijke context weergegeven. De gezichtjes waren in de zakelijke context communicatief minder adequaat dan in de persoonlijke. Dit was de aanleiding om de invloed van de variabele 'context' op de relatie tussen de vorm van de gezichtjes en hun communicatieve adequaatheid nader te bekijken. Zoals gezegd verschilde de persoonlijke van de zakelijke context ($\chi^2(1) = 5,17, p < .05$). In de persoonlijke context is er geen verschil in de communicatieve adequaatheid van de vormen. In de zakelijke context was dit wel het geval ($\chi^2(1) = 10,26, p < .001$). Overigens zijn de gezichtjes met gemengde gevoelens hier niet in de toetsen opgenomen, omdat ze steeds voor één cel met een verwachte frequentie van minder dan vijf zorgden. In de persoonlijke context waren de positieve en de negatieve gezichtjes in gelijke mate relatief adequaat, terwijl de adequaatheid van de gezichtjes met gemengde gevoelens minder was. In de zakelijke context waren de negatieve gezichtjes adequater dan de positieve, terwijl de gezichtjes met gemengde gevoelens ook hier het minst adequaat waren. De contextspecifieke patronen komen dus niet helemaal overeen met het algemene patroon in Tabel 7. Het meest opmerkelijke aspect in de contextspecifieke gegevens was te vinden bij de positieve emoties: deze functioneerden in de zakelijke context significant minder goed dan in de persoonlijke ($\chi^2(1) = 9,19, p < .01$). Bij de negatieve emoties was er geen verschil. Kijken we tenslotte nog even naar het functioneren van gezichtjes met gemengde gevoelens in beide contexten, dan zien we dat deze het net als de positieve emoties in de zakelijke context niet goed doen (64,3% niet adequaat; deze score is overigens niet significant verschillend van de 44,0% in de persoonlijke context).

Tabel 8 Verdeling van vormcategorieën naar communicatieve adequaatheid per context

Context chat	Vorm categorie gezichtjes	Communicatieve adequaatheid		Totaal
		Communicatief adequaaf	Niet communicatief adequaaf	
Persoonlijk	Positieve emotie	43 87,8%	6 12,2%	49 100,0%
	Negatieve emotie	39 92,9%	3 7,1%	42 100,0%
	Gemengde gevoelens	14 56,0%	11 44,0%	25 100,0%
	Totaal	96 82,8%	20 17,2%	116 100,0%
Zakelijk	Positieve emotie	20 58,8%	14 41,2%	34 100,0%
	Negatieve emotie	33 91,7%	3 8,3%	36 100,0%
	Gemengde gevoelens	5 35,7%	9 64,3%	14 100,0%
	Totaal	58 69,0%	26 31,0%	84 100,0%

4 Conclusie

We kunnen nu op basis van de uitgevoerde analyses de onderzoeksvragen uit hoofdstuk 1 beantwoorden. Het voornaamste punt in het resultatenhoofdstuk was de analyse van de vorm en de communicatieve functies van gezichtjes. Hiervoor werden drie functies opgesteld op basis van pragmalinguïstische theorieën. Vervolgens werd gekeken of de gezichtjes één of meer van deze functies vervulden. Opvallend was dat chatters slechts een klein aantal van de grote verscheidenheid aan vormen van gezichtjes gebruikten. De analyse van de pragmatische functie wees uit dat gezichtjes in de meeste gevallen (71%) werden gebruikt met als enige doel gevoelens en emoties over te brengen. Voor het overige deel (29%) zetten chatters gezichtjes in als een vorm van verfraaiing of opleuking, kortom als ‘franje’, om iets bij de geadresseerde gedaan te krijgen (OV1.1).

Naast een pragmatische functie konden de gezichtjes ook een additionele functie hebben, namelijk die van contextualisatie cue. Chatters gebruikten gezichtjes slechts in een beperkt aantal gevallen (18%) om misverstanden te voorkomen (OV 1.2).

Hypothese 1 stelt dat gezichtjes hooguit als ‘verfraaiing’, ‘aankleding’ of ‘opleuking’, dus als ‘franje’, dienen en dat ze verder weinig of geen andere functies vervullen. Uit de analyses blijkt echter dat, hoewel een deel van de gezichtjes een strategische functie had en dus als ‘franje’ kon worden beschouwd, het overgrote deel van hen een spreekhandelfunctie kreeg toegeschreven. Sommige gezichtjes hadden nog een tweede functie als contextualisatie cue. Concluderend kan dus worden gezegd dat gezichtjes niet één, maar drie functies vervullen.

Analyse toonde aan dat het merendeel van de 200 gezichtjes in het corpus communicatief adequaat was (OV 2). De hoge scores op adequaatheid zijn verrassend. Hypothese 2 stelt immers het tegenovergestelde, namelijk dat gezichtjes, hoewel ze wel een bepaalde functie vervullen in chats, een beperkte communicatieve adequaatheid zouden hebben.

Van alle contextuele variabelen waarvan de relatie met de communicatieve functies is nagegaan, bleek geen van alle een significant effect te hebben. Er was wel een significant effect in de relatie tussen de contextuele variabele ‘context’ en de communicatieve adequaatheid. Het patroon van de gegevens van de specifieke contexten kwam niet helemaal overeen met het algemene patroon van de communicatieve adequaatheid. Het meest opvallende hierbij waren de positieve emoties die in een zakelijke context significant minder adequaat waren dan in de persoonlijke. Nu we dit weten moeten we een nuance aanbrengen in de conclusie dat het gebruik van de verschillende typen gezichtjes vaak communicatief adequaat is. In de persoonlijke context was het gebruik inderdaad vaak adequaat, maar in de zakelijke context was het gebruik van de positieve gezichtjes significant minder adequaat. De communicatieve adequaatheid van de gezichtjes met gemengde gevoelens was in een zakelijke context absoluut gezien laag. In een zakelijke context gold alleen voor de negatieve gezichtjes dat ze meestal adequaat waren.

Al met al lieten gezichtjes in dit onderzoek toch zien meer te kunnen zijn dan alleen maar ‘franje’. Daarnaast bewezen ze ook dat ze vaak wel degelijk een adequaat taalmiddel zijn.

5 Discussie

5.1 Wat we nog niet wisten

In de literatuur konden we allerlei informatie vinden over non-verbale communicatie en de verhouding daarvan tot de verbale kanalen. We kwamen ook een aantal onderzoeken tegen die gericht waren op de invloed van emoticons op de interpretatie van tekst. Over de communicatieve functies van emoticons is echter nog weinig bekend. Het onderzoek van Van de Graaf (2003) maakt een eerste aanzet door een inventarisatie te maken van de mogelijke functies. Met deze inventarisatie als uitgangspunt heb ik onderzocht of emoticons ook daadwerkelijk deze functies vervullen. Dit leverde nieuwe inzichten op, waarmee verwachtingen voortkomend uit de literatuur en de maatschappelijke aannames konden worden geëvalueerd.

In hoofdstuk 1 werd gesproken over de maatschappelijke discussie die bestaat over de waarde en de functies van emoticons. Over het algemeen wordt de bijdrage die emoticons aan de communicatie leveren van wezenlijk belang geacht. Ze zouden Internetgebruikers de mogelijkheid bieden om hun emoties te uiten en vormen daarmee een verrijking van de geschreven taal. In dit kader zegt Wallace (1999) : "...Out of this vacuum came the creation of emoticons- those playful combinations of punctuation marks designed to show some facial expression- to add warmth to online communication." Crystal (2001) stelt het volgende: "...Netspeak lacks the facial expressions, gestures and conventions of body posture and distance which are so critical in expressing personal opinions and attitudes and in moderating social relationships. The limitation (...) led to the introduction of smileys or emoticons." Deze aanname is echter niet bewezen. Literatuur geeft zelfs aanwijzingen die het tegendeel beweren, namelijk dat non-verbale kanalen niets extra bieden en dat verbale kanalen voldoende mogelijkheden bieden om emoties te vertolken. Non-verbale communicatie in de vorm van emoticons zou dan opgevat kunnen worden als franje en mogelijk zelfs als een verarming. Mijn bevindingen lijken dit toch tegen te spreken. Het grootste deel van de gezichtjes bleek een spreekhandelingsfunctie te vervullen. In sommige gevallen hadden ze ook de additionele functie van het opheffen van misverstanden. Daarnaast bleek het merendeel communicatief adequaat te zijn. De resultaten lijken dus de aangenomen meerwaarde van emoticons te ondersteunen. Het idee dat emoticons alleen dienen om emoties over te brengen lijkt echter te beperkt. Uit mijn onderzoek kwamen namelijk, naast de veronderstelde expressieve spreekhandelingsfunctie, ook nog de strategische functie en de functie opheffen misverstanden naar voren.

5.2 Evaluatie van de methode

Dit onderzoek is observationeel van karakter, dat wil zeggen: er werd gekeken naar het natuurlijke taalgedrag van mensen. Voor het analyseren van het natuurlijke materiaal, namelijk gezichtjes, werden op basis van pragmalinguïstische theorieën drie functies opgesteld: de spreekhandelingsfunctie, de strategische functie en de additionele functie opheffen misverstanden. Deze zijn gebaseerd op de volgende theorieën:

- 1 De Spreekhandelingstheorie. Met taal kunnen verschillende handelingen worden verricht (Searle, 1976).
- 2 De Beleefdheidstheorie. Het dilemma van enerzijds toenadering willen zoeken en anderzijds met rust gelaten willen worden, lossen mensen op door taalstrategieën te gebruiken (Brown & Levinson, 1987).

- 3 Contextualisatie cue theorie. Contextualisatie cues geven indicaties van de activiteit die met een uiting wordt verricht, en daarmee ook van de manier waarop een uiting moet worden geïnterpreteerd (Gumperz, 1982).

Door middel van een afgeleide variabele werd ook de communicatieve adequaatheid van de gezichtjes bekeken.

De hoeveelheid verschillende vormen emoticons is enorm. De gezichtjes, dus de menselijke soort emoticons, komen het meest voor. Om een werkbaar aantal te krijgen is daarom gekozen om alleen gezichtjes te onderzoeken (zie hoofdstuk 2). De term 'emoticons' in de titel van mijn onderzoek heeft dan ook alleen betrekking op de menselijke soort.

Ongetwijfeld een lastig punt in mijn onderzoek was het bepalen van de betekenis van de gezichtjes. De subjectiviteit daarin diende ondervangen te worden. Samen met mijn begeleidster Erica Huls heb ik gezocht naar een manier om de betekenis van de gezichtjes vast te stellen zonder toevoeging van persoonlijke interpretatie. De oplossing vonden we in de semantische primitieven van de Natural Semantic Metalanguage (NSM) van Wierzbicka (1996). De primitieven zijn universeel aangeboren concepten waarmee alle betekenissen van iedere taal kunnen worden omschreven. Door het primaire karakter van de termen werd persoonlijke interpretatie zoveel mogelijk uitgesloten. Aan de hand van de verschillende vormen van de gezichtjes en van de regels van de semantische primitieven werd de betekenis van de gezichtjes bepaald. In sommige gevallen was de verzameling primitieven echter niet toereikend om betekenisnuances aan te kunnen geven. In die gevallen werd een uitzondering gemaakt en een aantal termen toegevoegd. Hierbij is er zorgvuldig op gelet dat geen afbreuk werd gedaan aan het principe van de NSM.

Een ander punt dat aandacht verdient is het aspect van de observer's paradox (Labov 1972). Hierbij gaat het om de invloed die uitgaat van het feit dat er onderzoek wordt gedaan. Aanvankelijk was mijn dataverzameling zo georganiseerd dat een aantal personen mij chats aanleverde waarin gezichtjes voorkwamen. Al snel bleek dat het feit dat deze personen wisten dat er onderzoek werd gedaan naar emoticons, sterk van invloed te zijn op hun taalgedrag. Hun gebruik van emoticons dreigde het vereiste spontane karakter te verliezen. Dit probleem was in de uiteindelijke dataverzameling op forums niet aan de orde.

Voor het beoordelen van de betrouwbaarheid van het onderzoek zijn een aantal punten van belang. Door een groot aantal gezichtjes te analyseren is het gewicht van één of enkele foute beslissingen niet groot. Daarnaast zijn de keuzes die in de analyse zijn gemaakt nauwkeurig beschreven in formele aspecten en waar mogelijk wetenschappelijk onderbouwd. Dit geldt voor de betekenisbepaling aan de hand van de semantische primitieven van Wierzbicka. Daarbij werd precies beschreven welke gezichtjes welke betekenis(sen) hadden. Voor de analyse van de functies, de communicatieve adequaatheid en de invloed van contextuele variabelen werden de gehanteerde criteria en definities expliciet gemaakt. Ook bij de hergroepering van het materiaal werden de keuzes die werden gemaakt voor het samenvoegen van waarden van variabelen zorgvuldig aangegeven en gemotiveerd.

Emoticons bleken soms lastig onderzoeksmateriaal te zijn. Toch is het gelukt om tot interessante en zelfs vernieuwende inzichten te komen over deze kleine 'lastpostjes'.

Literatuur

- Appel, R. e.a. (1992). *Inleiding Algemene Wetenschap*. Dordrecht: ICG Publications.
- Appel, R., G. Hubers en G. Meijer (1979). *Sociolinguïstiek*. Utrecht: Uitgeverij Het Spectrum BV.
- Auer, P. (1992). Introduction: John Gumperz' Approach to Contextualisation. In Auer, P. en A. di Luzio. *Contextualisation of Language*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Argyle, M. (1988). *Bodily Communication*. New York: Methuen & Co.
- Bales, R.F. (1951). *Interaction Process Analysis; a method for the study of small groups*. Cambridge: Addison-Wesley Press, inc.
- Bart, van P., J. Kerstens en Arie Sturm (1998). *Grammatica van het Nederlands; een inleiding*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Brown, R. (1986). *Social Psychology; the second edition*. New York: The Free Press.
- Brown, P. en S. Levinson. (1987). *Politeness; some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cherny, L. (1999). *Conversation and Community; chat in a virtual world*. Stanford (California): CSLI Publications.
- Crystal, D. (2001). *Language and the Internet*. Cambridge: University Press.
- Dix, A.J. , J.E. Finlay , G.D. Abowd R. Beale. (1993). *Human Computer Interaction; second edition*. Prentice Hall.
- Dirven, R. en M. Verspoor (1999). *Cognitieve inleiding tot taal en taalwetenschap*. Amersfoort: Acco Leuven.
- Driel van, H. (1999). *Internet & Communicatie*. Rotterdam: Uitgeverij Media Business Press B.V.
- Duncan, S. (1972). Some signals and rules for taking speaking turns in conversations, *Journal of Personality and Social Psychology*, 23(2), 283-292.
- Graaf de, S. (2003). *Hoe functioneren emoticons in chats?* Doctoraalscriptie: Letterenfaculteit Universiteit van Tilburg
- Gumperz, J.R. (1982). *Discourse strategies*. Cambridge: University Press.
- Hagen, A. (1981). *Standaardtaal en dialectsprekende kinderen; een studie over monitoring van taalgebruik*. Muiderberg: Coutinho.

- Hofstede, G. (1997). *De interjectie als illocutionaire handeling*. Doctoraalscriptie: Faculteit der Letteren/ Tekst en Communicatie.
- Houtkoop, H. (1982). *Beurtwisseling en beurtopbouw in forumdiscussies*. Tilburg papers in language and literature. University of Tilburg.
- Houtkoop, H. en T. Koole. (2000). *Taal in actie; hoe mensen communiceren met taal*. Bussum: Uitgeverij Coutinho.
- Huls, E. (2001). *Dilemma's in menselijke interactie; een inleiding in de strategische mogelijkheden van taalgebruik*. Utrecht: Uitgeverij Lemma B.V.
- Huls, E., A. van de Peppel en C. van Wijk (19). *The development of a directive repertoire*. Discourse Studies Group. University of Tilburg.
- Huizingh, E. (2002). *Handleiding SPSS 11*. Schoonhoven; Academic Service.
- Janssen, T. (1997). *Communiceren; over taal en taalgebruik*. Den Haag: Sdu Uitgevers/ Standaard Uitgeverij.
- Janssen, T. (2002). *Taal in gebruik; een inleiding in de taalwetenschap*. Den Haag: Sdu Uitgevers.
- Kooij, J.G. (1971). *Ambiguity in natural language: an investigation in its linguistic description*. Amsterdam.
- Labov, W. (1972). *Sociolinguistic patterns*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Ma, R. (1996). Computer-mediated conversation as a new dimension of intercultural communication between East Asian and North American college students, in S. Herring, *Computer-mediated communication; linguistic, social and cross-cultural perspectives*: 173-185. Amsterdam: Benjamins.
- Nofsinger, R.E. (1991). *Everyday Conversation*. Newbury Park, London, New Delhi: Sage Publications.
- O'Grady, W. , M. Dobrovolsky en F. Katamba. (1996). *Contemporary Linguistics; an introduction*. London: Longman.
- Remmerswaal, J. (1998). *Handboek groepsdynamica; een nieuwe inleiding op theorie en praktijk*. Soest: Uitgeverij H. Nelissen.
- Renkema, J. (1993). *Discourse studies; an introductory textbook*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Rezabek, L.L. & Cochenour, J.J. (1998). Visual cues in cmc: supplementing text with emoticons. *Journal of visual literacy*, 18, 201-215.
- Searle, J.R. (1976). A classification of illocutionary acts, *Language in Society*, Vol. 5, 1-23.

Steehouder, M. (1992). *Leren Communiceren; handboek voor mondelinge en schriftelijke communicatie*. Groningen: Wolters-Noordhoff bv.

Thompson P.A., D.A. Foulger (1996). Effects of pictographs and quoting on flaming in electronic mail. *Computers in Human Behavior*, 12, 225-243.

Verkuyten, M. (1990). *Symbool en Samenleving; over symbolen en hun rol in het sociale leven*. Zeist: Kerckebosch BV.

Vocht, de A. (1999). *Basishandboek SPSS 8 & 9 voor Windows 95 & 98*. Utrecht: Bijleveld Press.

Walther, J. & K. D'Addario. (2001). The impacts of emoticons on the message interpretation in computer-mediated communication. In *Social Science Computer Review* 19, 3: 324-347.

Wierzbicka, A. (1996). *Semantics, Primes and Universals*. Oxford: University Press.

Wijk van, C. (2000). *Toetsende statistiek op de computer: basistechnieken*. Bussum; Uitgeverij Coutinho.

Wijk, van C. (2002). *Hoe concreter, hoe beter? Een experimenteel onderzoek naar verschillen in overtuigingskracht van concreet en abstract taalgebruik*. Faculteit der Letteren: Universiteit van Tilburg.

Wolf, A. (2000) Emotional expression online: Gender differences in emoticon use. *Cyber Psychology & Behavior*, 3, 827-833.