

Bedankt voor het downloaden van dit artikel. De artikelen uit de (online)tijdschriften van Uitgeverij Boom zijn auteursrechtelijk beschermd. U kunt er natuurlijk uit citeren (voorzien van een bronvermelding) maar voor reproductie in welke vorm dan ook moet toestemming aan de uitgever worden gevraagd.

Boom

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch door fotokopieën, opnamen of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikelen 16h t/m 16m Auteurswet 1912 jo. Besluit van 27 november 2002, Stb 575, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoeding te voldoen aan de Stichting Reprorecht te Hoofddorp (postbus 3060, 2130 KB, www.reprorecht.nl) of contact op te nemen met de uitgever voor het treffen van een rechtstreekse regeling in de zin van art. 16l, vijfde lid, Auteurswet 1912.

Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16, Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten, postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.cedar.nl/pro).

No part of this book may be reproduced in any way whatsoever without the written permission of the publisher.

info@boomamsterdam.nl
www.boomuitgeversamsterdam.nl

Redactioneel

Beste lezer,

Hierbij bieden wij u het tweede nummer van het *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap* van 2016 aan. Dit nummer bevat vier artikelen geschreven door Vlaamse en Nederlandse onderzoekers. Daarnaast heeft David Hollanders het boek *Let op je woorden* van Jan Blommaert gerecenseerd. Kernwoorden van dit nummer zijn: crisiscommunicatie, excuses, emoties, Tinder, dating, reclame, taalvariëteit en televisierecensies.

Voordat ik een korte beschrijving geef van de artikelen in dit nummer wil ik u graag eerst informeren over de vernieuwde website van het *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap* (www.tijdschriftvoorcommunicatiewetenschap.nl). De nieuwe website is geschikt gemaakt voor tablets en smartphones, de zoekfunctie is verbeterd en artikelen kunnen makkelijker gedeeld worden via e-mail, Twitter en Facebook. Als abonnee heeft u toegang tot het volledige archief van het tijdschrift en ontvangt u altijd een e-mailattending wanneer een nieuw nummer online staat. Potentiële auteurs wil ik erop wijzen dat ook de vernieuwde auteursrichtlijnen te vinden zijn op de website.

In de eerste bijdrage van dit nummer, getiteld ‘“Onze excuses.” Over de rol van verontschuldigen in crisiscommunicatie’, presenteren Daniel Janssen en Valenard Gerards hun studie waarin ze onderzoeken of en hoe verontschuldigen een effect hebben op de gepercipieerde crisisverantwoordelijkheid, organisatie-reputatie, woede en gedragsintenties. Uit het experiment blijkt dat verontschuldigen geen direct effect hadden op de genoemde variabelen maar uit een mediatieanalyse bleek dat woede een grotere rol speelt dan beschreven in eerdere crisiscommunicatiemodellen en dat verontschuldigen de relatie tussen woede en reputatie modereren.

Serena Daalmans, Camille Cunningham en Merel van Ommen beschrijven in het tweede artikel ‘Love at first swipe? Een kwalitatieve interviewstudie naar de motieven en doeleinden van gebruikers van de applicatie Tinder’ de resultaten van diepte-interviews met Tinder-gebruikers. Uit de resultaten blijkt dat er verschillende motieven zijn voor het gebruik van Tinder, zoals het leggen van sociaal contact, het vergroten van het zelfvertrouwen en het regelen van vrijblijvende of eenmalige seksuele ontmoetingen. Daarnaast is uit de analyse gebleken dat, afhankelijk van de doelen en behoeften van de gebruiker, Tinder op verschillende manieren wordt gebruikt.

In het derde artikel ‘Televisiedrama volgens kijker/criticus. Kwaliteitsoordelen in online recensies en publieksreacties over dramaserieën’ beschrijven Kimberly van

Aart en Annemarie Kersten een discoursanalyse van online (amateur)kritieken over dramaserieën. In de analyse staan de volgende vragen centraal. 1) Welke kwaliteitsstandaarden zijn relevant bij het evalueren van dramaserieën? 2) Hoe verhouden professionele en amateurrecensenten zich tot elkaar bij het formuleren van deze evaluaties?

Het laatste artikel van dit nummer, ‘Hoe mainstream is “Citétaal”? De impact van het gebruik van jongerentaal in reclameslogans’ is geschreven door Joyce Koeman, Stefania Marzo en Nives Schoofs. In het artikel wordt een experiment gepresenteerd waarin is gekeken naar de effecten van het gebruik van jongerentaal in advertentie-slogans op attitude en koopintentie. Uit de resultaten blijkt dat het gebruik van jongerentaal in advertenties over het algemeen geaccepteerd wordt en aantrekkelijk wordt gevonden door een groot gedeelte van de deelnemers.

Veel leesplezier,

Marieke Fransen,
hoofdredacteur