

- **Manipulatie?**
Framing verdient een beter imago
- **Wijntaal**
Over geuren en smaken schrijven blijft lastig
- **Bezinning**
Hoe je door te schrijven je leven kunt sturen
- **Creatieve collectie**
Je vindt heel wat poëzie in de openbare ruimte



Wat is het effect van schrijffouten op de geloofwaardigheid van een tekst? Is er überhaupt een effect? Zo ja, welke ruis genereert het dan in de communicatie tussen schrijver en lezer? En zijn alle teksttypes er even gevoelig voor? Wim Van Rompuy ploegde de literatuur door, op zoek naar antwoorden. Dieper graven? In de onlineversie van dit artikel staan links naar de geraadpleegde bronnen.

WIM VAN ROMPUY is copywriter en bedrijfsleider van het Belgische tekstbureau Schrijf.be copy & content.

Fnuiken schrijffouten een tekst?

Over weinig taalonderwerpen lopen de gemoederen zo hoog op als over de zin of onzin van spelling. En, in het verlengde daarvan, over het vermijden van de twee andere schrijffouten: typfouten en taalfouten (zie kader). Rabiaat tegen of strijdvaardig voor taalbeheersing? De weinig rationele argumenten overtuigen mij niet.

Daarom ga ik op zoek of de wetenschap het antwoord heeft. En wel op wat de centrale vraag in het debat zou moeten zijn: wat is het effect van schrijffouten op het gedrag van de lezer? Hoeveel gewicht legt correct taalgebruik in het mandje van de geloofwaardigheid van een tekst? Loont het eigenlijk voor een tekstschrijver om energie te steken in taalvastheid? En levert de investering in eindredactie en tekstcorrectie rendement op voor organisaties?

Drie soorten schrijffouten

Typfout	Spelfout	Taalfout
het neisje	het mijsje	het meisje die daar loopt, het meisje dat daar loopt

Theoretische modellen voorspellen negatief effect

Eerst checken wat de theoretische modellen te zeggen hebben over schrijffouten. Zij klinken unisono: het effect moet wel negatief zijn, oppert zowel de Language Expectancy Theory (LET) als het Elaboration Likelihood Model (ELM).

Volgens LET lost de slordige schrijver de verwachtingen van de lezer over zijn taalgebruik niet in. Zijn imago lijdt eronder, waardoor zijn tekst op zijn beurt minder goed overtuigt.

ELM definieert twee wegen om te overtuigen. De centrale route bestaat uit de zorgvuldige afweging van de argumentatie, terwijl de perifere route die van de intuïtie is. Ben jij als schrijver betrouwbaar, want expert in de materie, óf is jouw reeks argumenten schier eindeloos? Dan móét het wel waar zijn. Dit perifere effect komt sneller tot stand dan het centrale, maar houdt minder lang aan. ELM stelt dat spelfouten de perifere route negatief beïnvloeden door de geloofwaardigheid te ondermijnen. De centrale route lijdt onder bijvoorbeeld markeerfouten – zoals alinea's die niet op de logische plaats worden gesplitst of verkeerde bindwoorden tussen zinsdelen.

Hebben schrijffouten géén negatief effect?

Een eerste studie (Kloet, Renkema, Van Wijk) komt in 2003 met het antwoord op drie vragen: beïnvloeden taalfouten de waardering van de tekst, het imago van de schrijver en de overtuigingskracht op de lezer? De proefpersonen duiden fouten aan in direct mails, waarover ze ook hun mening geven. Het resultaat? Ja, zij merken de taalfouten op. Ja, markeerfouten maken de tekst minder begrijpelijk. Ja, de fouten bezoedelen enigszins het imago van de schrijver. Maar nee, de direct mail boet níét aan overtuigingskracht in – en daar draait het toch om?

Moeten de LET- en ELM-theorieën op de schop? Krijgen de spellinghaters gelijk? Men is verrast, want de studiebevindingen schijnen niet te stroken met de eigen ervaring. Zo getuigen afdelingen personeelszaken dat taalfouten in een sollicitatiebrief het

PAGIN!

beeld van de sollicitant wel degelijk naar beneden halen. Een studie bij uitzendconsulenten bevestigt dat. Net als talloze studies in andere landen. In 2019 bleek taalvastheid een criterium voor ruim de helft van tweehonderd ondervraagde Franse personeelsmanagers.

Schrijffouten hebben wel negatief effect

Nu ja, wetenschappelijke studies druisen wel vaker in tegen wat we voetstoots aannemen of menen te ervaren. Dan zijn er twee mogelijkheden. Of de wetenschapper heeft gelijk: uw intuïtie leidt u om de tuin. Of uw ervaring is correct: de wetenschappelijke studie gaat gebukt onder een *bias*, een vertekening van uitkomsten door systematische of toevallige fouten. Bijvoorbeeld dat de deelnemers geen correcte afspiegeling van de algemene populatie zijn. Voer voor vervolgonderzoek!

‘Veel mensen ergeren zich dagelijks groen en geel aan de taalfouten van andere taalgebruikers’ is de eerste zin van het abstract van de masterscriptie ‘Het effect van taalfouten op tekstwaardering’ van Yvonne Harm (2008). Zij test verschillende versies van krantenberichten, met en zonder taalfouten. Zodra de testpersonen nog maar denken een fout te spotten, zakt hun waardering voor het artikel. Ze vinden de tekst minder geloofwaardig en de schrijver minder betrouwbaar. Ja, zelfs de bronnen die hij aanhaalt, delen in de klappen!

Direct mail revisited

De lezer lijkt een slordigheidje in een direct mail dus met de mantel der liefde te bedekken. Maar wat als fouten systematisch opduiken? Dan is het hek van de dam, toonde Frank Jansen in 2010

aan in *Neerlandistiek*, onlinetijdschrift voor taal- en letterkundig onderzoek. ‘Onkunde wordt bestraft’ kopt zijn artikel. Systematische afwijkingen van de standaardtaal delen rake klappen uit aan de waardering van de tekst. En tegelijk krijgt het bedrijfsimago een deuk. Met als effect ‘dat de lezer minder instemt met het aanbod dat hem in de boodschap wordt gedaan’. Lees: bij taalfouten is de lezer minder geneigd om daadwerkelijk te kopen. Tel uit je winst door een alerte eindredacteur!

Jansen vergeleek vervolgens een gemeentefolder zonder, met vier, en met acht dt-fouten. Verrassing: het aantal dt-fouten maakt niet uit. De eerste gespotte dt-fout lijkt een aan-uitknop bij de lezer om te schakelen: ‘Spelfouten hebben geen gradueel, maar een absoluut effect op de beoordeling.’ Met de kanttekening dat hij dan wel in staat moet zijn een fout te herkennen.

Schrijffouten en zakendoen

Ook twee enquêtes in Nederland en België zijn – zonder strikt wetenschappelijke pretenties – het vermelden waard. Zo is er de bevraging van 525 volwassen Nederlanders met een hbo-opleiding of hoger. Die blijken zich het meest te storen aan fouten in teksten als die zakelijk van aard zijn. (Gevolgd door die in kranten/magazines en cv’s/sollicitatiebrieven.) Zo erg zelfs dat bijna driekwart van de ondervraagden twijfelt over het aangaan van een zakelijke relatie met wie schrijffouten maakt.

Miet Ooms vraagt zich in 2019 af of de investering in heldere, correcte taal op commerciële websites loont. De antwoorden van 252 respondenten op haar onlinevragen geven grosso modo aan dat dat zo is. Minpunt: de testgroep bestaat uit hoogopgeleiden en veel respondenten uit de taal- en communicatiesector, en is dus niet representatief voor de algemene bevolking. Toch blijft de conclusie overeind: de meeste mensen zien taalfouten op websites wel degelijk staan én storen zich eraan.

Vlaamse en ‘Hollandse’ taalfouten

Miet Ooms constateert ook dat Vlaamse taalconstructies een slechte indruk op Nederlanders maken. Vlamingen die ook op de Nederlandse markt actief zijn, houden daarmee dus maar beter rekening. Uit eigen ervaring – ik ben zelf een Vlaming – weet ik dat ook het omgekeerde geldt. Ook de ogenschijnlijk gemoedelijke Vlaming ergert zich aan teksten waarin te veel ‘Ollands’ opduikt. Alleen uit hij dat niet op een directe manier. Hierover heb ik al vaker in *Tekstblad* geschreven.

Als copywriter breek ik een lans om (veel) meer aandacht – en budget – te besteden aan webteksten. Want online verleid je met overtuigende, foutloze teksten niet alleen de klant maar ook de zoekmachines

'Foutloze' webwinkels renderen

Zijn gebruikers van andere talen vergevingsgezinder? Engelstaligen alvast niet, zo bewijzen tal van studies. Spelfouten hebben onder leerlingen aan hogescholen een negatief effect op hun beoordeling van de schrijver. En dan vooral als die fouten talrijker opduiken – hier mét gradueel effect dus. Bovendien halen ze bij eerstefasestudenten zowel de perceptie van de tekstkwaliteit als van de schrijverscapaciteiten onderuit.

Lijden webwinkels ook onder taalfouten? Op alle fronten, blijkt uit een snugger opgezette studie bij 272 studenten op doctoraal en postdoctoraal niveau. De studie geeft ook antwoord op de vraag: wat zijn de relaties tussen de effectvariabelen? Tekstwaardering, gedrag of overtuiging van de lezer, geloofwaardigheid of imago van de schrijver, van het bedrijf, enzovoort: hoe beïnvloeden ze elkaar? Deze studie koppelt de schakels van de ketting tekstkwaliteit > vertrouwen > aankoopgedrag. De auteurs formuleerden vijf hypothesen, die ze vervolgens stuk voor stuk bewezen. De eerste drie onderzochte gebreken zijn omgekeerd gerelateerd aan de gepercipieerde kwaliteit van een webwinkel:

- Taalfouten (omdat ze de geloofwaardigheid aantasten);
- Onvolledigheid (zoals dode hyperlinks, door de interferentie met de websitefunctionaliteit);
- Gebrek aan stijl (lay-out, design, door de beïnvloeding van de algemene setting);
- Een gepercipieerde lage kwaliteit van een webwinkel reduceert het vertrouwen erin;
- Gebrek aan vertrouwen in de webwinkel reduceert de intentie om er tot aankoop over te gaan.

In een notendop: schrijffouten halen – samen met andere slordigheden – de onlineverkoop naar beneden.

Spellinghygiëne in webteksten

In 2013 bloklettert BBC News dat één spelfout de verkoop van een webshop kan halveren en 'miljoenen aan onlinesales kan kosten'. Aanleiding: een bekende Britse internetondernemer die party's online verkoopt. Spelt hij 'tights' op een van zijn webshoppagina's als 'tihgts'? Dan daalt de verkoop meteen – met zowat de helft. Zodra die ene fout wordt gecorrigeerd, veert de conversiegraad met 80 procent op. Weer die aan-uitknop dus. Toegegeven: hier gaat het om het hoofdtrefwoord van de onlineshop. En geeft de ondernemer zijn data niet prijs. De bevindingen worden bekritiseerd als pseudowetenschappelijk, maar de bikkelharde waarneming blijft overeind.

Helaas laat de 'spellinghygiëne' van bedrijven nog altijd ernstig te wensen over. Zo telde ik onlangs op de website en bij de klantendienst van een telecombedrijf liefst zes verschillende schrijfwijzen voor een van zijn ... eigen diensten. Wég geloofwaardigheid!



Als copywriter breek ik dan ook een lans om (veel) meer aandacht – en budget – te besteden aan webteksten. Een onevenredig groot deel vloeit naar technische hoogstandjes. Terwijl content *king* en copy *queen* blijft, ook online. Vooral online. Want daar verleid je met overtuigende, foutloze teksten niet alleen de klant maar ook de zoekmachines. Over het effect van taalfouten op zoekmachine-optimalisatie (SEO) lees je meer in het artikel 'Google en schrijffouten' in de onlineversie van *Tekstblad*.

Uitglijders op sociale media

Wat met de lees-en-gooi-weg-teksten van de sociale media? Daarvan zijn de gebruikers toch milder? Toch niet, bewijst een Britse studie bij 1003 consumenten. De eenvoudige vraag luidt: 'Wat zou op sociale media uw mening over een bepaald merk het meest schaden? Noem één ding.' De socialemedia-experts gokken verkeerd: het topantwoord is niet 'te verkoopachtige boodschappen', 'te weinig posts' of 'te veel posts'. Dé afknapper voor meer dan vier op de tien socialemediagebruikers zijn spelfouten en grammaticale uitglijders. Dat geldt voor alle leeftijdsgroepen, behalve voor de 18- tot 24-jarigen. Al blijft het daar een nek-aan-nekrace tussen 'te weinig updates' en 'taalfouten'.

Opgelet: de Britse studie meet alleen het rechtstreekse effect. Want hoe groot schat u de kans in dat wie afknapt op taalfouten, die post deelt?

En wat met sms of berichtjes? De literatuur bulkt van de effecten van sms-steno op taalvaardigheid en -vastheid. Maar omgekeerd? Gegevens over het effect van schrijffouten op de lézer van die berichtjes, vind ik niet. Opmerkelijk: soms zijn fouten in sms de goede keuze. Een Engelstalige studie vergeleek het antwoord met één bevestigend woord via sms op vragen als 'Dave gave me his extra tickets. Wanna come?' De variant 'Okay.' werd als mÍnder oprecht beschouwd dan 'Okay' ... Wat een (correcte!) punt kan doen.

Overgedragen effect

Hoe argwanend we tegenover slechte schrijvers staan, blijkt uit een merkwaardige Amerikaanse studie uit 2012. Die peilt naar schrijffouten in productreviews door gebruikers. Berichten die dus wel op de website van een bedrijf staan, maar waarop dat bedrijf geen vat heeft. Wat blijkt? Schrijffouten in onlinecommentaren verlagen ook de gepercipieerde reputatie van het 'gastbedrijf'. Ja, zelfs de zin om er geld te spenderen. Dit doet denken aan wat Yvonne Harm constateerde: als een lezer een schrijver minder hoog aanslaat, komen ook de bronnen die hij aanhaalt in een slechter daglicht te staan. (Prevelen de auteurs in de referentielijst van dit artikel intussen een schietgebedje?)

Tot slot nog deze: kunt u voorspellen wélke lezer u welk soort schrijffouten zal kwalijk nemen – typo's of grammo's? Ja! Een Amerikaanse onderzoeksgroep relateerde de 'big five'-persoonlijkheidstrekken aan een afkeer voor typo's en/of grammo's:

Vijf persoonlijkheidskenmerken die gerelateerd zijn aan een afkeer voor typo's en grammo's.

Persoonlijkheidskenmerk	Score	Typo	Grammo
Consciëntieus	↗	☹	
Open nieuwe ervaringen	↘	☹	
Meegaand	↘		☹
Emotioneel stabiel	↗		
Extravert	↘	☹	☹

Hoe consciëntieuzer iemand is (pijltje omhoog), hoe meer hij zich ergert aan typo's. Dit is ook het geval voor wie minder openstaat voor nieuwe ervaringen (pijltje omlaag). Scoor je laag op meegaandheid, dan heb je het moeilijk met grammo's. En ben je introverter, dan wekken zowel typo's als grammo's irritatie. Emotioneel stabiele mensen kunnen blijkbaar wel tegen een stootje, en dus ook tegen typo's en grammo's.

Foutloos schrijven loont

Beantwoordt de literatuur de hamvraag waarop ik een gefundeerd antwoord zocht: is er een effect van schrijffouten op het gedrag van de lezer? Loont het dus voor de tekstschrijver om tijd te investeren in het vermijden ervan? En voor de bedrijfsleider om er budget voor vrij te maken?

Ja, luidt het antwoord. Meer nog: geen enkel van de onderzochte teksttypes schijnt eraan te ontsnappen. Zelfs niet de sociale media bij jonge lezers, die vaak onterecht over eenzelfde 'taalnonchalante kam' worden geschoren.

De voorspellingen van theoretische taalmodellen uit de jaren zeventig en tachtig van vorige eeuw kloppen dus. Schrijffouten tasten de geloofwaardigheid van de schrijver aan. Hierdoor daalt het vertrouwen van de lezer, waardoor die sneller afziet van aankoop. Kortom: correcte taal is een must voor wie aan de bak wil komen. ■

PWEI!

Literatuur

- 1 [Wikipedia](#), Language expectancy theory. Published online.
- 2 [Wikipedia](#), Elaboration likelihood model. Published online.
- 3 Laura Kloet, Jan Renkema & Carel van Wijk. [Waarom foutloos schrijven? Het effect van taalfouten op tekstwaardering, imago en overtuigingskracht](#). In: Studies in taalbeheersing. Waes L. van, Cuvelier P., Jacobs G., Ridder I. de (red.). ISBN 9023239911. Assen, Uitgeverij Koninklijke Van Gorcum, 2003.
- 4 [Bedrijf zoekt foutloze sollicitatiebrief m/v](#). Taalschrift 18/10/2007.
- 5 Eva Rijk. ["Dit vindt ik een belangrijk punt van een organisatie." Een experimenteel onderzoek naar het effect van spelfouten in sollicitatiebrieven en de etniciteit van de zender, op tekstwaardering, imago van de zender en overtuigingskracht](#). Universiteit Utrecht (masterproef) 2008.
- 6 Christelle Martin Lacroux. [Les fautes d'orthographe sur le CV... bien plus que des fautes](#). Published online 25.04.2018.
- 7 Brad Hoover. [Good Grammar Should Be Everyone's Business](#). Published online 04.03.2013.
- 8 Vincent Mongaillard. [L'orthographe, un critère de sélection pour un DRH sur deux](#). Le Parisien. Published online 17.02.2019.
- 9 Yvonne Harm. [Het effect van taalfouten op tekstwaardering. Een experimenteel onderzoek naar de invloed van regelkennis en het vinden van taalfouten en het effect daarvan op de geloofwaardigheid van de tekst, de schrijver en aangehaalde bronnen](#). Universiteit Utrecht (masterproef) 2008.
- 10 Frank Jansen. Onkunde wordt bestraft. [Het effect van systematisch gemaakte afwijkingen van de standaardtaal op de waardering van direct-mailbrieven](#). Nederlandse Taal en Cultuur en UiL-OTS, Universiteit Utrecht. Neerlandistiek.nl 10.02; december 2010.
- 11 Frank Jansen, Ellen de Roo. [Fouten tellen. De invloed van de dichtheid van dt-fouten op de lezerswaardering](#). (2012) Neerlandistiek, volume 2012.
- 12 Mariel Hovemann. [Werkgever moet cursus aanbieden om spelfouten te voorkomen](#). HR Praktijk. Published online 18.03.2014.
- 13 Miet Ooms. ['Ze begrijpen het toch?' Over de invloed van taalfouten op commerciële websites op het surfgedrag van potentiële klanten](#). Published online oktober 2019.
- 14 David S. Kreiner, Summer D. Schnakenberg, Angela G. Green, Michael J. Costello & Anis F. McClain. [Effects of Spelling Errors on the Perception of Writers](#). Pages 5-17. Received 15 Dec 2000, Accepted 12 Apr 2001, Published online 30 Mar 2010.
- 15 Lauren Figueredo & Connie K. Varnhagen. [Didn't You Run the Spell Checker? Effects of Type of Spelling Error and Use of a Spell Checker on Perceptions of the Author](#). Pages 441-458. Published online: 24 Feb 2007.
- 16 Andrea Everard & Dennis F. Galletta. [How Presentation Flaws Affect Perceived Site Quality, Trust, and Intention to Purchase from an Online Store](#). Pages 56-95. Published online: 09 Dec 2014.
- 17 Sean Coughlan. [Spelling mistakes 'cost millions' in lost online sales](#). BBC News. Published online 14.07.2011.
- 18 Pierre-Nicolas Schwab. [Pseudo scientific results lead to bad decisions: the example of spelling mistakes](#). Published online 29.05.2013.
- 19 [Disruptive Communications](#). What customers hate about your social media channels. Published online 7.8.2013.
- 20 Danielle N. Gunraj et al. [Texting insincerely: The role of the period in text messaging, Computers in Human Behavior](#) (2016). DOI: 10.1016/j.chb.2015.11.003
- 21 Chris Stiff. [Watch What You Write: How Errors in Feedback Influence Consumer Attitudes and Behavior](#). Pages 41-67. Published online: 27 Feb 2012.
- 22 [Why grammar mistakes in a short email could make some people judge you](#). Published online 19.04.2016.
- 23 [Big five \(persoonlijkheidstrekken\)](#). Published online.