

“EIGEN SCHULD, DIKKE BULT”

Het effect van argumentformulering op de beoordeling van een inhoudelijk zeer sterk argument.



Bachelor Eindwerkstuk Communicatiestudies

Sharon van Alphen (Studentnummer: 3478807)

Utrecht, november 2012

Opleiding: Communicatie- en Informatiewetenschappen

Begeleider: Dr. F. Jansen

Inhoudsopgave

| | | |
|---|------|----|
| | Blz: | |
| Samenvatting | | 3 |
| Inleiding | | 4 |
| 1. Aanleiding | | 5 |
| 1.1 Argumentatie | | 5 |
| 1.2 Argumentatiekwaliteit | | 6 |
| <i>Het Elaboration Likelihood Model</i> | | |
| 1.3 Beleefdheid | | 6 |
| 1.3.1 Beleefdheidstheorie | | 6 |
| 1.3.2 Beleefdheidsstrategieën | | 7 |
| 1.4 Kwaliteit argument binnen het onderzoek | | 8 |
| 1.5 Karakterisering presentatievormen | | 8 |
| 1.5.1 Warrant | | 8 |
| 1.5.2 Hedge | | 9 |
| 1.5.3 Combinatie warrant en hedge | | 9 |
| 2. Hypothesen | | 10 |
| 3. Methode | | 12 |
| 3.1 Onderzoeksdesign | | 12 |
| 3.2 Onderzoeksmateriaal | | 12 |
| 3.2.1 Scenario | | 12 |
| 3.2.2 Brief | | 13 |
| 3.2.3 Argumenten | | 15 |
| 3.2.4 Vragenlijsten | | 16 |
| 3.3 Afhankelijke variabelen | | 16 |
| 3.3.1 Waarderingsdimensies | | 16 |
| 3.3.2 Thought-listing | | 17 |
| 3.3.3 Objectvragen | | 18 |
| 3.4 Respondenten | | 18 |
| 3.5 Procedure | | 19 |
| 4. Resultaten | | 20 |
| 4.1 Beleefdheidsstrategieën | | 20 |
| 4.2 Toevoegen van een argument | | 21 |
| 5. Conclusie | | 23 |
| 6. Discussie | | 24 |
| Literatuur | | 26 |
| Bijlagen | | 28 |
| I: Instructies | | 28 |
| II: Scenario | | 29 |
| III Briefversies | | 30 |
| IV Vragenlijst | | 34 |

Samenvatting

Dit onderzoek stelt argumentatiekwaliteit van een inhoudelijk zeer sterk argument centraal. Argumentkwaliteit is een begrip dat behoort tot de theorie van Brown en Levinson (1987). Zij ontwikkelden de beleefdheidstheorie. Deze theorie houdt in dat gespreks- en taalhandelingen een bedreiging vormen voor het gezicht van de spreker of luisteraar. Dit noemen zij een gezichtsbedreigende handeling (Face Threatening Act). Een gezichtsbedreigende handeling kan worden verzacht door het toepassen van een beleefdheidstheorie. In dit onderzoek wordt er gewerkt met zowel een positieve als negatieve beleefdheidstheorie. De positieve beleefdheidstheorie bestaat uit het toevoegen van een warrant aan een inhoudelijk sterk argument. Eerder onderzoek wees uit dat het geven van redenen een positief effect heeft op de beoordeling van een argument (Jansen en Janssen 2003, Brant, 2007, Veenstra, 2009, Jansen en Janssen, aangeboden). De inhoud van de afwijzing is hierbij wel van belang. Dit onderzoek kijkt naar het effect van een warrant voor een inhoudelijk sterk argument.

Daarnaast wordt het effect van een negatieve beleefdheidsstrategie getoetst. In dit onderzoek is dat het effect van de toevoeging van een hedge op de evaluatie van de brief. Volgens Riekkinen (2009) verzacht een hedge het argument. Hierdoor zal een lezer zich minder klemgezet voelen door het sterke argument.

De vragen die in dit onderzoek centraal staan zijn: heeft de toevoeging van een warrant en/of hedge aan een inhoudelijk zeer sterk argument effect op de evaluatie van een claimafwijzingsbrief? En daarnaast: is er een verschil in beoordeling van de waarderingsdimensies tussen centrale en perifere verwerkers?

De resultaten van het onderzoek wijzen uit dat een toevoeging van een warrant en/of hedge geen algemeen significant resultaat heeft op de beoordeling van een brief. Wel heeft de toevoeging van een warrant een positief effect op de beoordeling van het inlevingsvermogen van de schrijver. Het toevoegen van warrant leidt daarnaast tot minder thoughts over het aanvaarden van het argument, maar meer thoughts over de inhoud, zowel positief als negatief.

Er is geen verschil gevonden in de beoordeling tussen centrale en perifere verwerkers. Wel is gebleken dat het inhoudelijk sterk argument inderdaad tot een grotere acceptatie van het argument leidt en dat het rapportcijfer hoger scoort met argument, dan wanneer er geen argument is toegevoegd aan de brief.

Inleiding

Dagelijks worden bedrijven geconfronteerd met een tegenstrijdigheid in zakelijke communicatie. Aan de ene kant willen zij een zo duidelijk mogelijke boodschap brengen naar hun klanten. Anderzijds is het even belangrijk dat de klant tevreden blijft, en vooral dat de klant ook klant blijft. Het schrijven van een duidelijke brief lijkt makkelijk te zijn, totdat de inhoud van de brief slecht nieuws bevat.

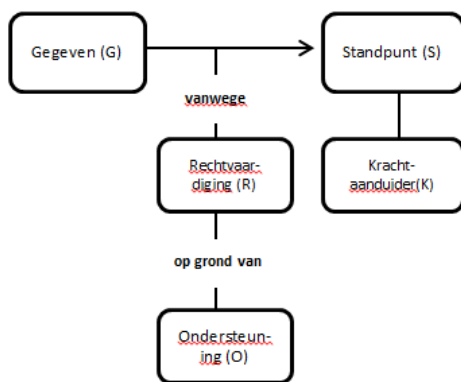
In dit onderzoek staat een schadeclaimafwijzing van een verzekeringsmaatschappij centraal. Dat betekent slecht nieuws voor de klant. Toch wil het bedrijf zorgen dat het zijn positieve imago behoudt. De schrijver van het slecht nieuws moet daarom zorgen voor evenwicht tussen de behoefte van de zender en de ontvanger (Brown en Levinson 1987 p 61). Het slechte nieuws moet duidelijk naar voren worden gebracht, zonder hun reputatie schade aan te richten. De schade aan het gezicht van de ontvanger moet daarom beperkt blijven.

Om de schade aan het gezicht van de klant te beperken, helpt het om beleefdheidsstrategieën in te zetten. Uit het onderzoek van Jansen en Janssen blijkt dat de beleefdheidsstrategie 'geef van redenen' voor een afwijzing een positief effect heeft op de beoordeling van de brief. (Jansen en Janssen, 2003, Brant, 2007, Veenstra, 2009, Jansen en Janssen, aangeboden). Het geven van argumenten heeft dus een positief effect op de beoordeling van het negatieve nieuws. Daarnaast is onderzocht dat sterke argumenten hoger worden beoordeeld op zowel overtuigingskracht als relationele factoren (Brand 2011, 47). Ook is onderzocht of de explicietheid van een argument effect heeft op de beoordeling van de brief. Brand (2011) onderzocht dat expliciete argumenten zowel op relationele factoren als op overtuigingskracht hoger werden beoordeeld. Deze argumenten zijn echter nog niet los van elkaar onderzocht. In dit onderzoek wordt er, binnen de context van een schadeclaimafwijzing, onderzocht of er een verschil is in de evaluatie van een inhoudelijk heel sterk argument bij het gebruik van een warrant of hedge. Dit zijn beleefdheidsstrategieën die in de theorie zullen worden besproken.

1. Aanleiding

1.1 Argumentatie

Argumentatie dient ertoe een standpunt aanvaardbaar te maken. Een standpunt wordt aanvaardbaar wanneer het op dwingende wijze verbonden kan worden met een feit of een mening die wel wordt geaccepteerd. Dit onderzoek behandelt een enkelvoudig argument. Toulmin (1958) heeft hier een model voor ontwikkeld. In figuur 1 is het model van Toulmin weergegeven.



Figuur 1. Model van Toulmin (Schellens en Verhoeven 2008, p. 131)

daarom op 1 maart 2010 automatisch beëindigd. Op basis van deze informatie kunnen wij u dan ook geen vergoeding toekennen.

Het model kan worden verklaard aan de hand van het voor dit onderzoek gebruikte sterke argument:

Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u meedelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen. De reden is dat uit onze administratie blijkt dat u sinds 1 december 2009, zelfs na herhaaldelijke aanmaningen, geen premie heeft betaald. Op grond van de polisvoorwaarden is uw verzekering

Het standpunt is dat dat de claim niet kan worden ingewilligd. Hierdoor is het gegeven nog niet op dwingende wijze verbonden met het standpunt. Daarvoor is allereerst een rechtvaardiging nodig. De rechtvaardiging voor het niet kunnen inwilligen van de claim is dat uit de administratie blijkt dat de klant zijn of haar premie niet heeft betaald. Dit wordt nog extra ondersteund met een warrant, waarin de verzekeringsmaatschappij meldt dat op grond van de polisvoorwaarden de verzekering is beëindigd. De ondersteuning (ofwel warrant) geeft dus de feitelijke, wetenschappelijke of ervaringsbasis waarop de rechtvaardiging gebaseerd is. Dit maakt het argument sterk. Tot slot bevat het model nog een krachtaanduiding, die aangeeft hoe sterk het standpunt ervoor staat. In dit geval zijn er geen onzekere krachtaanduiders aanwezig, waardoor het overtuigend overkomt.

1.2 Argumentatiekwaliteit

Het Elaboration Likelihood Model

Argumenten worden gebruikt om te overtuigen. Een model dat het overtuigingsproces verklaart is het Elaboration Likelihood Model (ELM) van Petty en Cacioppo (1986). Het ELM onderscheidt twee manieren van tekstverwerkingsprocessen die tot overtuiging kunnen leiden: de centrale en perifere route.

Het meest invloedrijke model voor de wijze waarop een overtuigingsproces zou moeten verlopen is het Elaboration Likelihood Model (ELM) van Petty en Cacioppo (1986). Het model onderscheidt twee processen van tekstverwerking die kunnen leiden tot overtuiging. De centrale en de perifere route.

De centrale route van verwerken is een systematisch verwerkingsproces. Het vraagt een hoge cognitieve inspanning. In deze manier van verwerken staat het afwegen van argumenten centraal. Bij een centrale verwerking van een brief zal een sterk argument vaker leiden tot acceptatie. Een zwak argument wordt na centrale verwerking eerder verworpen. De kwaliteit van argumenten is bij een centrale verwerking van invloed op de acceptatie of verwerping van een standpunt. Wanneer een tekst met sterke argumenten tot een grotere acceptatie van een standpunt leidt, kan daaruit worden afgeleid dat lezers een standpunt centraal verwerkt hebben.

Wanneer dit echter uitblijft, is het voordehandliger dat een lezer de tekst perifeer heeft verwerkt. Deze manier van verwerken is inhoudsonafhankelijk.

De lezer is in dit geval niet gemotiveerd genoeg om de tekst systematisch te verwerken. De lezer laat zich dan leiden door prikkels, zoals de geloofwaardigheid van de bron, de moeilijkheid van de tekst of het aantal argumenten. Dit kost weinig energie ten opzichte van de centrale route. Lezers laten zich tijdens het perifere proces overtuigen door bepaalde vuistregels toe te passen. Voorbeelden daarvan zijn het luisteren van mooie muziek tijdens het lezen, het aantal argumenten of het afgaan op de autoriteit van de schrijver. Lezers die een tekst verwerken via de perifere route maken geen onderscheid tussen sterke of zwakke argumenten (Hustinx, Enschoot en Hoeken 2006, p. 39-41).

1.3 Beleefdheid

1.3.1 Beleefdheidstheorie

Niemand vindt het prettig om slecht nieuws te ontvangen. Dat komt omdat slecht nieuws altijd een Face Threatening Act bevat, oftewel: een gezichtsbedreigende handeling (Brown en Levinson 1978). Brown en Levinson hebben hun FTA-theorie gebaseerd op de theorie

van Goffman (1955). Volgens Goffman probeert iedereen tijdens een interactie zijn gezicht te bewaren. Je kunt niet altijd alles zomaar zeggen, want dat kan iemand gezicht bedrijven. Het zelfde geldt voor een ander, je kunt niet alles zomaar zeggen, omdat je iemand niet wil beledigen of beschamen. Net zoals de ander ook jouw gezicht niet wil beschadigen. De handelingen om iemand gezicht zo min mogelijk te beschadigen noemen Brown en Levinson Face Threatening Acts. Zij maken daarin een onderscheid tussen een *positive face* en een *negative face*.

Negatieve beleefdheid (*negative face*) staat voor de behoefte aan onafhankelijkheid, ofwel het ongehinderd kunnen acteren. Positieve beleefdheid (*positive face*) staat voor de behoefte om begrepen, geliefd, geaccepteerd gewaardeerd te worden door de ander.

Bij het geven van slecht nieuws wordt zowel het negatieve als positieve gezicht van de ontvanger bedreigd (Jansen en Janssen (aangeboden), p. 43). De ontvanger voelt zich klem gezet (negatief gezicht) en beledigd of misschien wel woedend (positief gezicht). Voor de verzekeraar is het belangrijk om ondanks het slechte nieuws, toch hun *positive face* te kunnen behouden. Dat kan door middel van beleefdheidsstrategieën in de slechtnieuwsbrief.

1.3.2 Beleefdheidsstrategieën

Om de brief zo min mogelijk gezichtsschade aan te laten richten bij de ontvanger kan er gebruik worden gemaakt van beleefdheidsstrategieën. Dit zijn gezichtsherstellende handelingen. Gezichtsverlies zou namelijk kunnen lijden tot een slechtere of zelfs beëindiging van de relatie tussen de zender en ontvanger.

De positieve beleefdheidsstrategieën hebben als doel de ontvanger begrip en waardering te tonen. In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van de positieve beleefdheidsstrategie 'geef redenen'. Negatieve beleefdheidsstrategieën hebben als doel om het negatieve gezicht van de ontvanger zo min mogelijk aan te tasten. De negatieve beleefdheidsstrategie die centraal staat in dit onderzoek is het gebruik van 'hedges'.

Uit het onderzoek van Jansen en Janssen (aangeboden) is gebleken dat de beleefdheidsstrategie geef redenen een positief effect heeft op de beoordeling en waardering van brieven met een schadeclaimafwijzing. Zowel sterke als zwakke argumenten werden als beleefder en overtuigender beoordeeld.

1.4 Kwaliteit argument binnen het onderzoek

In dit onderzoek staat allereerst centraal of het toevoegen van een warrant en/of hedge aan een inhoudelijk zeer sterk argument bepalend is voor de evaluatie van een claimafwijzingsbrief. Het argument in zijn kale vorm luidt als volgt:

Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u meedelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen. De reden is dat uit onze administratie blijkt dat u sinds 1 december 2010, zelfs na herhaaldelijke aanmaningen, geen premie heeft betaald.

Het argument 'premie niet betaald' is een inhoudelijk sterk argument. Het is zeer aannemelijk dat wanneer je niet betaalt, je ook niet verzekerd bent. De essentie van verzekeren is ten slotte dat we met z'n allen een klein bedrag betalen, om ervan verzekerd te kunnen zijn dat een grote schade vergoed kan worden. Het betalen van de premie is daarvoor de ultieme randvoorwaarde. Het is overduidelijk: wie betaalt is verzekerd, wie niet betaalt niet. Daar zit dan ook niets tussenin.

Daarnaast is de reden van de afwijzing ook nog eens controleerbaar. Zowel de klant als de verzekeringsmaatschappij kan controleren of er daadwerkelijk niet betaald is. Het argument is daarmee sterk gekoppeld aan data. Als er niet betaald is dan heeft de klant ook geen enkele reden om hier een punt van te maken. Het is in feite 'eigen schuld'.

1.5 Karakterisering van presentatievormen

1.5.1 Warrant

Een toevoeging van een warrant betekent in dit onderzoek dat er direct wordt verwezen naar de polisvoorwaarden. Dit gebeurt in de originele versie van het argument 'premie niet betaald':

Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u meedelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen. De reden is dat uit onze administratie blijkt dat u sinds 1 december 2010, zelfs na herhaaldelijke aanmaningen, geen premie heeft betaald. Op grond van de polisvoorwaarden is uw verzekering daarom op 1 maart 2011 automatisch beëindigd. Op basis van deze informatie kunnen wij u dan ook geen vergoeding toekennen.

Het onderzoek van Stoker wijst uit dat de explicietheid bij een sterk argument over het algemeen leidt tot een hogere beoordeling van de relatie tussen de schrijver en de ontvanger van de brief (Stoker 2011, p. 29, 30). In dit onderzoek wordt er gekeken of dat ook geldt voor het specifieke argument 'premie niet betaald'.

1.5.2 Hedge

Het argument met hedge dat in dit onderzoek wordt toegepast kent de volgende vorm:

Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u meedelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen. De reden is dat uit onze administratie blijkt dat u sinds 1 december 2009, zelfs na herhaaldelijke aanmaningen, geen premie heeft betaald. Naar onze mening is uw verzekering vanaf deze datum dan ook beëindigd. Op basis van deze informatie kunnen wij u dan ook geen vergoeding toekennen.

Het toevoegen van een hedge is een negatieve beleefdheidsstrategie. Een hedge maakt het argument vager. Het argument 'premie niet betaald' zet de lezer als het ware klem. Een hedge verzacht de uitspraak, waardoor het voor de lezer toch lijkt alsof de opening voor commentaar er nog is. Een hedge houdt dus slag om de arm, er wordt ruimte gecreëerd voor de lezer om commentaar te geven. Hierdoor voelt de lezer zich wellicht minder snel klemgezet (Riekkinen p. 5-10).

1.5.3 Combinatie van een warrant en hedge

Zoals hierboven al is genoemd, zorgt een warrant over het algemeen voor een hogere beoordeling van de relatie tussen de schrijver en ontvanger. Als dat voor het argument 'premie niet betaald' ook geldt, zou het gebruik van een warrant op zich leiden tot een betere beoordeling op relationele factoren. Een hedge is daarbij een negatieve beleefdheidsstrategie die ervoor zorgt dat de ontvanger zich niet klem gezet voelt. Voor het argument premie niet betaald zou een combinatie daarom werken omdat de lezer, ondanks dat er niets tegenin gebracht kan worden, toch de kans lijkt te krijgen van de verzekeringsmaatschappij om bezwaar in te dienen. De combinatie van een warrant en hedge doen de verzekeringsmaatschappij in theorie daarom 'aardiger' overkomen.

In de volgende paragraaf worden de hypothesen van deze variabelen besproken.

2. Hypothesen

In het onderzoek staat de volgende hoofdvraag centraal:

1. Heeft de toevoeging van een warrant en/of hedge aan een inhoudelijk zeer sterk argument effect op de evaluatie van een claimafwijzingsbrief?

Daarnaast wordt er een onderscheid gemaakt tussen centrale en perifere verwerkers. Dat onderscheid leidt tot de vraag

2. Is er een verschil in beoordeling van de waarderingsdimensies tussen centrale en perifere verwerkers?

Uit het onderzoek van Stoker (2011, p. 29, 30) is al gebleken dat de toevoeging van een warrant over het algemeen een positief effect heeft op de waardering van de relatie tussen de lezer en schrijver. Ook dit argument is geoperationaliseerd als een sterk argument. Het argument 'premie niet betaald' is een van de sterkste argumenten die gelden om niet uit te keren. Dat betekent dat de lezer, hoe dan ook, weinig openingen zal kunnen vinden om bezwaar te maken op het argument. Het argument heeft op zich al genoeg overtuigingskracht. Maar de toevoeging van beleefdheidsstrategieën zouden wel kunnen leiden tot een hogere beoordeling in de relatie tussen zender en ontvanger. Dat leidt tot de volgende hypothesen:

1a. Het argument van de brief is zo sterk, dat het toevoegen van zowel een warrant als een hedge niet uit maakt voor de overtuigingskracht van een inhoudelijk zeer sterk argument.

1b. Het toevoegen van zowel een warrant als een hedge aan een inhoudelijk zeer sterk argument heeft een positief effect op de waardering van de relatie tussen zender en ontvanger.

Naast een algemeen effect wordt er ook een onderscheid gemaakt tussen centrale en perifere verwerkers van de brief. De hypothese daarover is opgesteld aan de hand van de theorie van Hustinx, Enschat en Hoeken (2006, p. 39-41). Zij stellen met hun theorie dat perifere lezers geen onderscheid maken in zwakke over sterke argumenten. Centrale verwerkers daarentegen zouden wel verschil maken tussen zwakke of sterke argumenten. Wanneer een sterk argument leidt tot meer acceptatie, zal de lezer de tekst centraal hebben

verwerkt. Echter is het argument wat in dit onderzoek wordt gebruikt inhoudelijk al zeer sterk zonder toevoeging van een warrant of hedge. Dat leidt tot de volgende hypothese:

2a. Het accepteren van een inhoudelijk sterk argument is niet afhankelijk van de verwerkingsmethode van de brief.

Zowel centrale als perifere verwerkers zullen een inhoudelijk sterk argument dus ongeacht de formulering hetzelfde waarderen.

3. Methode

3.1 Onderzoeksdesign

Dit onderzoek is een experimenteel onderzoek naar het effect van een positieve en negatieve beleefdheidsstrategie op de acceptatie en waardering van het sterk argument “premie niet betaald”. In paragraaf 3.2.3 zijn de exacte formuleringen van het argument weergegeven.

De formulering van het argument is de onafhankelijke variabele van dit onderzoek. De formulering bestaat uit de toevoeging van een hedge en warrant aan het argument ‘premie niet betaald’. Dat leidt tot de volgende vier condities:

Het onderzoeksdesign van dit onderzoek telt 4 condities

3000 = Premie niet betaald, zonder beleefdheidsstrategie

3001 = Premie niet betaald, met warrant (positief)

3002 = Premie niet betaald, met hedge (negatief)

3003 = Premie niet betaald, met warrant + hedge (positief en negatief)

3.2 Onderzoeksmateriaal

In deze paragraaf worden de diverse onderdelen van het onderzoek besproken. Dit zijn het scenario, de brief, vragenlijst, het thought-listing formulier en de objectvragen.

3.2.1 Scenario

Om de proefpersonen zich in te laten leven in de situatie, wordt hen voor het lezen van de brief een scenario voorgelegd. Het scenario houdt in dat de indiener van de claim op vakantie is geweest naar Sri Lanka. Tijdens die vakantie is zijn/haar laptop aan het zwembad gestolen. Het scenario is als volgt:

Scenario

In mei 2011 bent u op vakantie geweest naar Sri Lanka. Voordat u op vakantie ging, heeft u een reisverzekering afgesloten bij Solar Reisverzekeringen NV.

Tijdens de twee weken durende vakantie is uw Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop op 14 mei 2011, bij het zwembad, gestolen.

Meer dan een jaar later dient u, op 12 juni 2010, een schadeformulier in waarin u melding maakt van de diefstal van uw laptop. Op het schadeformulier vermeldt u de datum en plaats van vermissing en de nieuwwaarde die €1329,- bedraagt.

Op 20 juni 2010 ontvangt u van Solar Reisverzekeringen NV de volgende brief:

3.2.2 Brief

De brief die de proefpersonen na het scenario is voorgelegd is afkomstig van de fictieve reisverzekeringsmaatschappij 'Solar Reisverzekeringen NV'. De namen zijn fictief omdat er dan dit onderzoek dan geen imagoschade kan opleveren aan een verzekeringsmaatschappij. De inhoud van brief bevat een afwijzing van de ingediende schadeclaim. Dit type afwijzing is al in meerdere onderzoeken naar tekstkwaliteit (Jansen & Janssen (aangeboden), Stoker 2011, vd Berg 2011) gebruikt. Het is geschikt omdat het merendeel van de lezers enige ervaring heeft met dit type afwijzingsbrief. Daardoor kunnen proefpersonen zich inleven in de situatie van de ontvanger van de brief. Daarnaast is een afwijzingsbrief vaak niet langer dan één pagina. Daardoor neemt het lezen weinig tijd in beslag en is een brief als deze geschikt als onderzoeksmateriaal. (Jansen en Janssen, aangeboden).

In het totaal telt het onderzoek vier verschillende versies. Deze versies verschillen alleen in de formulering van het argument 'premie niet betaald'. Verder zijn de condities exact hetzelfde, zodat verschillen in beoordeling enkel gerelateerd kunnen worden aan de verschillen in formulering van het argument.

De brief voldoet aan de conventies van zakelijke brieven en bevat een logo en adres van de verzekeringsmaatschappij. The gemiddelde lengte van de inhoud van de brieven is 210 woorden (min 196, max 223).

De opbouw van de brief is als volgt:

1. Aanhef

Geachte heer/mevrouw,

2. Introductie (herhaling van de claim die is ingediend)

Op 15 augustus van 2012 ontvingen wij van u een schadeformulier, waarin u melding maakt van de diefstal van uw Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop. In uw brief meldt u dat u uw laptop op 14 mei 2011, tijdens uw vakantie op Sri Lanka, bij het zwembad bent kwijtgeraakt. Ook vermeldt u hierin de nieuwwaarde van €1329,-.

3. Inleiding afwijzing

Na ontvangst van uw schadeformulier hebben we onderzocht of u, gezien de polisvoorwaarden van onze reisverzekering, in aanmerking komt voor een schadevergoeding.

4. Claimafwijzing

Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u mededelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen. De reden is dat uit onze administratie blijkt dat u sinds 1 december 2010, zelfs na herhaaldelijke aanmaningen, geen premie heeft betaald.

<Formulering argument>

5. Excuses van de organisatie, informatie over bezwaar

Het spijt ons u niet beter te kunnen berichten. Mocht u het niet eens zijn met deze beslissing, dan kunt u schriftelijk bezwaar maken. Stuur hiervoor uw bezwaarschrift vóór 30 oktober 2012 naar Solar Reisverzekeringen, t.a.v. afdeling Bezwaarschriften, postbus 16520, 2500 KB Den Haag. Voor meer informatie kunt u kijken op www.solarreisverzekeringen.nl of de folder U bent het niet eens met een beslissing bestellen.

6. Afsluiting, naam en handtekening directeur

We hopen u hiermee voldoende geïnformeerd te hebben.

Met vriendelijke groet,

<handtekening>

*Dhr. B.H.C. van Kolk
Directeur Solar Reisverzekeringen*

3.2.3 Argumenten

In tabel 3.1 zijn de argumenten per versie weergegeven. De nummering van de argumenten is bepaald door het totaalfile waar het later aan toegevoegd zal worden. De verschillende versies van de brieven zijn bijgevoegd in bijlage 3.

Tabel 3.1: Formulering argument 'premie niet betaald' per versie

| | |
|---------------------------------|---|
| Versie 3000: Argument kaal | Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u meedelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen. De reden is dat uit onze administratie blijkt dat u sinds 1 december 2010, zelfs na herhaaldelijke aanmaningen, geen premie heeft betaald. Op basis van deze informatie kunnen wij u dan ook geen vergoeding toekennen. |
| Versie 3001: Expliciete warrant | Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u meedelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen. De reden is dat uit onze administratie blijkt dat u sinds 1 december 2010, zelfs na herhaaldelijke aanmaningen, geen premie heeft betaald. Op grond van de polisvoorwaarden is uw verzekering daarom op 1 maart 2011 automatisch beëindigd. Op basis van deze informatie kunnen wij u dan ook geen vergoeding toekennen. |
| Versie 3002: Hedge | Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u meedelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen. De reden is dat uit onze administratie blijkt dat u sinds 1 december 2009, zelfs na herhaaldelijke aanmaningen, geen premie heeft betaald. Naar onze mening is uw verzekering vanaf deze datum dan ook beëindigd. Op basis van deze informatie kunnen wij u dan ook geen vergoeding toekennen. |
| Versie 3003: Warrant + Hedge | Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u meedelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen. De reden is dat uit onze administratie blijkt dat u sinds 1 december 2009, zelfs na herhaaldelijke aanmaningen, geen premie heeft betaald. Op grond van de polisvoorwaarden is uw verzekering daarom op 1 maart 2011 automatisch beëindigd. Naar onze mening is uw verzekering vanaf deze datum dan ook beëindigd. Op basis van deze informatie kunnen wij u dan ook geen vergoeding toekennen. |

Conditie 3000 kaal betreft de brief met het argument zonder toevoeging van een warrant of hedge. Dit argument bevat dus geen beleefdheidsstrategie. Conditie 3001 is de conditie waaraan de expliciete warrant is toegevoegd, ofwel de ondersteuning uit het model van

Toulmin (1958), zoals in de theorie is besproken. Dit is de conditie die al eerder is onderzocht. De data die bij dit argument horen zijn dus verkregen uit een ander data file. Conditie 3002 is de conditie waarin aan het sterk argument een hedge is toegevoegd. Dit is dus de conditie waarin de schrijver het meest 'aardig' gevonden zou moeten worden. Conditie 3003 bevat zowel een hedge als een warrant, wat net als conditie 3002 een positief effect zou moeten hebben op de beoordeling van de relatie tussen zender en ontvanger.

3.2.4 Vragenlijsten

De brief wordt gevolgd door een vragenlijst die bestaat uit 43 stellingen. Allereerst is gevraagd een algemeen rapportcijfer te geven aan de brief. Hiermee kan de algemene waardering van de brief vergeleken worden tussen de verschillende condities. Aan de proefpersonen is gevraagd de stellingen te beoordelen aan de hand van een 7-punts Likertschaal (1= helemaal oneens – 7 = helemaal mee eens). De vragenlijst bevatte zowel positieve als negatieve stellingen, waarmee semi-automatische beantwoording is voorkomen. De in totaal 13 negatieve stellingen zijn omgecodeerd naar positieve stellingen. Dit betreft de vragen: 7, 9, 11, 12, 15, 16, 17, 19, 25, 27, 34, 35, 38.

Na de stellingen volgden een aantal algemene vragen die meer informatie geven over de respondenten.

3.3 Afhankelijke variabelen

Het effect van de formulering van de brief wordt gemeten aan de hand van 3 waarderingsdimensies. Daarnaast is er gekeken naar de verwerking van de brief aan de hand van het thought-listing formulier en de objectvragen.

3.3.1. Waarderingsdimensies

Met behulp van een varimax rotatie is een factoranalyse uitgevoerd onder de 43 stellingen van de vragenlijst. Het doel van deze varimax is het reduceren van de data. Door de varimax-rotatie zijn er 3 dimensies ontstaan die gelden als de afhankelijke variabelen. Deze dimensies bevatten ieder clusters van vragen die een sterke samenhang bleken te hebben.

Die nieuwe dimensies zijn gecategoriseerd op inlevingsvermogen schrijver, overtuigingskracht argument en karaktereigenschappen schrijver.

De dimensies bevatten de vragen zoals weergeven in tabel 3.2. Daarin is ook de samenhang binnen de clusters weergegeven. De uitkomsten van het onderzoek zijn getoetst op deze drie

dimensies. Daarnaast is er gekeken naar het algemene rapportcijfer dat respondenten de brief gaven.

Tabel 3.2: Waarderingsdimensies

| Cluster | Vraag | Bijbehorende vragen | Cronbach's α |
|------------------------------------|--|---|---------------------|
| 1. Inlevingsvermogen schrijver | 4 15 18 20 22 26 31 | De schrijver is behulpzaam De toon van de brief is afstandelijk De schrijver toont betrokkenheid De schrijver is in mij geïnteresseerd De schrijver komt vriendelijk over De schrijver leeft zich in in mijn situatie De schrijver kan zich voorstellen hoe ik mij voel | 0,858 |
| 2. Overtuigingskracht argument | 5 8 10 13 14 19 21 30 32 | Solar is professioneel De schrijver geeft voldoende argumenten Ik ben tevreden met de reactie van Solar Solar is betrouwbaar Ik leg mij neer bij deze beslissing De argumenten zijn vergezocht De beslissing om niet uit te keren is terecht De argumenten die de schrijver geeft zijn overtuigend Ik ben tevreden over Solar | 0,871 |
| 1. Karaktereigenschappen schrijver | 17 25 27 | De schrijver is bot De schrijver komt onaardig op mij over De schrijver is arrogant | 0,795 |

3.3.2 Thought listing

Voor het invullen van de vragenlijst met stellingen is de respondenten gevraagd op te schrijven wat zij dachten meteen na het lezen van de brief. De thoughts geven dus de gedachten van de lezers weer. Hiermee kan gekeken worden hoe lezers een brief hebben verwerkt. Deze methode heet thought listing. De manier van verwerken in dit onderzoek is hetzelfde als die van Petty en Cacioppo (1981). Lezers werden gevraagd om zoveel mogelijk van de 5 boxen te vullen met gedachten over de brief. De thoughts zijn bij de verwerking ingedeeld in een van categorieën uit tabel 3.4.

Tabel 3.4: Codering thoughts

| Thoughts | Omschrijving |
|-------------|--|
| Argument + | Respondent vindt het argument overtuigend |
| Argument - | Respondent stelt vragen bij argumentatie |
| Tekst + | Respondent vindt de kwaliteit van de tekst goed (woordkeuze, zinsbouw, stijl) |
| Tekst - | Respondent vindt de kwaliteit van de tekst slecht. |
| Schrijver + | De schrijver/verzekeringsmaatschappij heeft een positief imago |
| Schrijver - | De schrijver/verzekeringsmaatschappij heeft een negatief imago |
| Inhoud + | De respondent heeft positieve gedachten over de inhoud van de brief ("Toch netjes dat ik bezwaar kan maken") |
| Inhoud - | De respondent denkt negatief over de inhoud van de brief ("dure laptop") |

Bij thought listing moet wel altijd rekening gehouden worden met het feit dat respondenten misschien niet altijd (of niet altijd alles) opschrijven wat zij werkelijk denken.

3.3.3. Objectvragen

De objectvragen aan het eind van de vragenlijst toetsen wat de lezer nog van de brief onthouden heeft. Dit is, net als het thought listing formulier een methode om de meten hoe lezers de tekst hebben verwerkt. Om een onderscheid te maken in centrale en perifere verwerkers is het gemiddelde genomen van het aantal goed beantwoorde objectvragen (4). Lezers die 0 tot 4 vragen goed beantwoordden zijn gecategoriseerd al perifere verwerkers. Lezers die meer dan 4 vragen goed beantwoordden zijn gecategoriseerd als centrale verwerkers.

3.4 Respondenten

In totaal hebben 145 proefpersonen een vragenlijst ingevuld over de brief met het argument 'premie niet betaald'. Dit onderzoek telt 105 proefpersonen, per conditie hebben 35 proefpersonen de vragenlijst ingevuld. Voor de originele conditie (3001: argument met warrant) is gebruik gemaakt van een bestaand data file uit een eerder onderzoek.

In het totaal werkte 60 mannen en 85 vrouwen mee aan het onderzoek. Een chikwadraattoets heeft uitgewezen dat er geen significant verschil zit in de verdeling tussen

mannen en vrouwen. Ook de leeftijd is random verdeeld ($\Rightarrow 18 < 86$). De gemiddelde leeftijd is 38 jaar. Op basis daarvan is een verdeling gemaakt tussen jongeren (18-38) en ouderen (39-86). Aan het onderzoek deden 75 jongeren en 70 ouderen mee.

Waar wel een significant verschil in verdeling is ontdekt, is in de verdeling van hoog en laag opgeleiden. Lager opgeleiden (Lager onderwijs, VMBO, MBO) zijn oververtegenwoordigd (77,2%) in vergelijking met de hoger opgeleiden (Havo, VWO, HBO, WO) (21,4%). Deze verdeling komt wel enigszins overeen met de verdeling van laag- en hoogopgeleiden in Nederland. In 2010 had 28 procent van de leeftijd 15-68 een diploma behaald in het hoger onderwijs (CBS, jaarboek onderwijs in cijfers, 2011). Van de respondenten die aan dit onderzoek hebben meegewerkt is dat 21 procent (CBS, jaarboek onderwijs in cijfers, 2011).

3.5 Procedure

Alle vragenlijsten zijn individueel afgenomen, in een rustige en voor de respondent vertrouwde omgeving. Omdat het een between-subject ontwerp betreft, is iedere respondent één versie voorgelegd.

Respondenten is van tevoren gevraagd eerst de instructie en het scenario goed te lezen. Daarnaast werd hen nogmaals verteld dat het de bedoeling is dat zij zich inleven in de situatie van de ontvanger. Proefpersonen lazen dus eerst de instructie, vervolgens het scenario en daarna de brief. Daarna volgde het invullen van de vragenlijst die bestond uit het thought-listing formulier, de stellingen en de objectvragen. Proefpersonen waren gemiddeld genomen 10 tot 20 minuten bezig met het invullen van de vragenlijst. Tijdens het onderzoek was de onderzoeker aanwezig voor het beantwoorden van eventuele vragen.

4. Resultaten

Dit hoofdstuk geeft de resultaten van het onderzoek weer. Er wordt getoetst wat de invloed van zowel een positieve als een negatieve beleefdheidsstrategie op de beoordeling van de brief is. Er wordt dus gekeken of het toevoegen van een warrant en/of een hedge effect heeft op de drie waarderingsdimensies van de brief: het inlevingsvermogen van de schrijver, de instemming met het argument en de karaktereigenschappen van de schrijver. Daarnaast wordt gekeken of het rapportcijfer een significant verschil toont tussen de condities. De gemiddelden en standaarddeviaties van de scores per briefversie worden weergegeven in tabel 4.1.

Tabel 4.1: Invloed van de beleefdheidsstrategieën op de beoordeling van de 3 dimensies en het rapportcijfer.

| Afhankelijke variabele | Kaal | Hedge | Warrant | Hedge + Warrant |
|------------------------|-------------|-------------|--------------------|-----------------|
| Inlevingsvermogen | 3,87 (1,09) | 3,54 (1,14) | 4,24 (1,02) | 4,17 (1,02) |
| Instemming argument | 4,74 (1,13) | 4,32 (1,45) | 4,95 (1,00) | 4,81 (1,20) |
| Karaktereigenschappen | 5,23 (1,17) | 5,03 (1,35) | 5,44 (1,17) | 5,31 (1,17) |
| Rapportcijfer | 6,89 (0,80) | 6,80 (1,08) | 7,35 (0,89) | 6,89 (1,13) |

4.1 Beleefdheidsstrategieën

De analyse van het effect dat de toevoeging van een warrant en/of hedge heeft op de vier beoordelingsdimensies, begint allereerst met de beoordeling van schaalvragen. Deze vragen zijn beantwoord aan de hand van een 7-punts Likertschaal.

Uit de multivariate analyse blijkt geen van de condities een significant effect te hebben op de waardering van de drie dimensies inlevingsvermogen, instemming argument en karaktereigenschappen van de schrijver.

De toevoeging van alleen een warrant blijkt wel een significant te effect op de beoordeling van het inlevingsvermogen van de schrijver ($F(1,143) = 8,0, p < 0,005 \eta^2 = .05$). Dit effect geldt dus niet wanneer het argument ook een hedge bevat.

Om dit resultaat meer te specificeren is er daarnaast gekeken naar de gedachten over de tekst die lezers noteerden na het lezen van de brief. Uit een chi-kwadraattoets is gebleken dat een er meer positieve thoughts over het argument worden opgeschreven wanneer het argument geen warrant bevat. ($\chi^2(1) = 12,7, p < 0,001$). Daarnaast blijkt dat lezers meer

thoughts geven over de inhoud wanneer er een warrant is toegevoegd aan het argument. Dat geldt zowel voor positieve thoughts ($X^2(1)=14,0$, $p<0,001$) als voor negatieve thoughts ($X^2(1)=7,5$, $p<0,005$). In tabel 4.2 geeft het aantal thoughts weer bij de toevoeging van een warrant.

Tabel 4.2: Aantal thoughts bij toevoeging van een warrant aan het argument

| | Warrant | Geen warrant |
|--------------------|---------|--------------|
| Argument positief | 20 | 39 |
| Argument negatief | 34 | 32 |
| Schrijver positief | 4 | 8 |
| Schrijver negatief | 8 | 5 |
| Tekst positief | 19 | 21 |
| Tekst negatief | 10 | 4 |
| Inhoud positief | 36 | 32 |
| Inhoud negatief | 46 | 27 |

Uit een multivariate analyse is gebleken dat er geen interactie-effect is gevonden voor zowel geslacht, opleidingsniveau als leeftijd met de beoordeling van de drie waarderingsdimensies en het rapportcijfer voor de toevoeging van een warrant of hedge. Het beoordelen van de waarderingsdimensies hangt in geen enkele conditie af van de factoren leeftijd, geslacht en opleidingsniveau.

Centrale en perifere verwerkers

Een multivariate analyse wijst uit dat er geen interactie-effect is tussen de verwerkingsmethode (centraal of perifeer) en de beoordeling van het inleveringsvermogen, overtuigingskracht, karaktereigenschappen en het rapportcijfer.

4.2 Het toevoegen van een inhoudelijk sterk argument

Tussen de verschillende condities van het argument 'premie niet betaald' zijn geen significante verschillen gevonden. Toch zou wel moeten blijken dat een inhoudelijk sterk argument een betere waardering oplevert dan een brief zonder argument. Voor dit onderzoek is ook het data file uit een eerder onderzoek beschikbaar gesteld met de conditie 'geen argument'. Hiermee kan gekeken worden of het toevoegen dit sterk argument wel een

effect heeft op de drie lezersdimensies. Uit een multivariate anova is gebleken dat het toevoegen van het argument 'premie niet betaald' een significant effect heeft op de beoordeling van het rapportcijfer en op de instemming met het argument. De brief met een argument scoort een hoger gemiddeld rapportcijfer dan de brief zonder argument ($X^2(1)=41,4$, $p<0,001$). Hierdoor kan vastgesteld worden dat het argument 'premie niet betaald' wel een legitiem argument is om te gebruiken in een schadeclaimafwijzingsbrief van een reisverzekeraar. De lezers stemmen eerder in dan wanneer het argument niet genoemd zou worden, daarnaast krijgt de brief een hoger rapportcijfer. De scores zijn weergegeven in tabel 4.3

Tabel 4.3: verschil in gemiddelden en standaarddeviatie tussen de brief zonder en met argument

| Afhankelijke variabele | Zonder argument | Met argument |
|---------------------------------|-----------------|--------------|
| Rapportcijfer | 5,6 (1,47) | 7,0 (1,02) |
| Instemming argument | 3,7 (0,75) | 4,7(1,21) |
| Inleveringsvermogen schrijver | 3,73 (0,80) | 3,97 (1,10) |
| Karaktereigenschappen schrijver | 5,40 (1,23) | 5,26 (1,21) |

5. Conclusie

De conclusies van het onderzoek worden besproken aan de hand van de onderzoeksvraag, gebaseerd op de theorie en de daaraan gerelateerde hypothesen.

Hypothese 1: Het argument van de brief is zo sterk, dat het toevoegen van zowel een warrant als een hedge niet uit maakt voor de overtuigingskracht van een inhoudelijk zeer sterk argument.

Tabel 4.1 geeft weer dat het toevoegen van zowel een warrant als hedge niet uitmaakt voor de waarderingsdimensie instemming met het inhoudelijk sterk argument. Het argument blijkt inhoudelijk al sterk genoeg te zijn om het, ongeacht de toegepaste beleefdheidsstrategie, te accepteren.

1b. Het toevoegen van zowel een warrant als een hedge aan een inhoudelijk zeer sterk argument heeft een positief effect op de waardering van de relatie tussen zender en ontvanger.

In tabel 1 is weergegeven dat het toevoegen van alleen een warrant een positief effect heeft op de score van het inlevingsvermogen van de schrijver. Een warrant draagt dus bij aan een betere relatie tussen de verzekeringsmaatschappij en de ontvanger. Een hedge daarentegen maakt geen significant verschil in de relatie tussen zender en ontvanger.

2a. Het accepteren van een inhoudelijk sterk argument is niet afhankelijk van de verwerkingsmethode van de brief.

Omdat het argument inhoudelijk zo sterk en logisch is, werd verwacht dat er geen effect zou zijn van de verwerkingsmethode op de beoordeling van de waarderingsdimensies en het rapportcijfer. Deze hypothese kan ook worden aangenomen. Er is geen significant verschil tussen centrale en perifere verwerkers in de beoordeling van de drie dimensies en het rapportcijfer.

Als antwoord op de hoofdvraag kan dus gesteld worden dat het toevoegen van alleen een warrant een positief effect heeft op de waardering van het inlevingsvermogen op de schrijver. Het toevoegen van een hedge heeft geen enkel significant effect. Hierbij is er geen verschil tussen centrale en perifere verwerkers.

6. Discussie

Een aantal resultaten van dit onderzoek vragen om een nadere toelichting. Allereerst is er een algemene tendens te zien in de resultaten. Er zijn namelijk weinig significante verschillen opgetreden na het toevoegen een warrant of een hedge aan het inhoudelijk sterk argument. Dit komt overeen met de algemene verwachtingen van het onderzoek. Een verklaring hiervoor is dat het argument zelf inhoudelijk al zo sterk is, dat het toevoegen van een warrant of hedge niet meer uitmaakt voor de beoordeling van de verschillende dimensies. Dit blijkt ook uit het resultaat waaruit blijkt dat het toevoegen van het argument wel een significant verschil maakt in zowel de algemene beoordeling middels het rapportcijfer, als de beoordeling van de dimensie 'instemming met het argument'. Eerdere onderzoeken wezen ook uit dat een inhoudelijk sterk argument hoog scoort op overtuigingskracht en relationele factoren (Jansen en Janssen (aangeboden), Brant (2011). Stoker (2011) ondervond ook dat een expliciet argument een positief effect heeft op de waardering van relationele factoren.

Dit resultaat wordt door dit onderzoek bevestigd. Er is namelijk één specifiek significant effect gevonden van de conditie op de waarderingsdimensies. Dit effect houdt in dat de toevoeging van een warrant een positief effect heeft op de beoordeling van het inlevingsvermogen van de schrijver. Dit effect op de relationele factoren heeft Stoker (2011) ook onderzocht in haar onderzoek naar de explicietheid van een argument. Het toevoegen van een warrant scoorde daar ook hoger op de relatie tussen lezer en schrijver.

De resultaten wijzen ook uit dat er geen significant verschil is gevonden tussen de resultaten van centrale en perifere verwerkers. Hoewel dat in andere onderzoeken (Jansen en Janssen 2003, Brant, 2007, Veenstra, 2009, Jansen en Janssen, aangeboden) wel een resultaat opleverde. Een verklaring hiervoor kan zijn dat het argument inhoudelijk al zo sterk is, dat buiten perifere verwerkers, ook centrale verwerkers zich snel neerleggen bij het feit dat de ingediende claim niet wordt uitgekeerd. Daarnaast kan een andere manier van operationaliseren van perifere en centrale verwerkers een ander resultaat opleveren. Zo kan er gekeken worden naar leestijd of aantal thoughts (Petty & Cacioppo, 1986)

Een terugblik naar de thoughts wijst uit dat positieve thoughts over de inhoud van de brief vooral recall betreft zoals 'Sri Lanka', 'schadeclaim' of 'laptop'. Negatieve thoughts bevatten vooral uitspraken als 'dom', 'jammer' of 'ik heb de premie niet betaald'. Woorden als dom of jammer zouden ook gezien kunnen worden als een soort acceptatie van het argument. Ze geven immers toe dat het verloren is met bijvoorbeeld 'jammer'. Daaruit zou ook opgemaakt kunnen worden dat wanneer er een warrant is toegevoegd aan het argument, lezer eerder

negatieve thoughts als 'dom' en 'jammer' opschrijven, omdat ze zich al hebben neergelegd bij het argument. Het kan echter ook liggen aan de verwachtingen die de proefpersoon hebben van het onderzoek. Achteraf gaf een aantal proefpersonen aan te denken dat zij zoveel mogelijk informatie uit de brief moesten onthouden. Het indelen van thoughts is bovendien een kwalitatieve taak, het categoriseren hangt af van de onderzoeker.

Naast de discussiepunten die betrekking hebben op de resultaten, zijn er ook een aantal algemene discussiepunten die meegenomen moeten worden in het geheel.

Allereerst is er gebruik gemaakt van een specifieke claimafwijzingsbrief van verzekeraars. Daar is voor gekozen omdat de gevonden resultaten later gegeneraliseerd kunnen worden voor een grootschalig onderzoek naar argumentatiekwaliteit. Dit kan niet zomaar gegeneraliseerd worden naar afwijzingsbrieven in het algemeen.

Daarnaast bestaat de kans dat de respondent in zijn persoonlijke situatie andere antwoorden zou geven dan in deze fictieve situatie. Het feit dat er aan de respondent gevraagd wordt zich in te leven in een fictief scenario wil zeggen dat de respondent niet daadwerkelijk gezichtsverlies lijdt. Dit was niet te voorkomen, omdat er meerdere onderzoeken tegelijk uitgevoerd werden naar argumentatiekwaliteit. Om deze later naast elkaar te kunnen leggen moeten respondenten zich in dezelfde situatie ingeleefd hebben.

Het scenario was bovendien niet altijd duidelijk voor respondenten. Respondenten vroegen zich tijdens het lezen wel eens af of zij terug mochten bladeren naar het scenario. In het scenario stond namelijk vermeld *'voordat u op vakantie ging heeft u een reisverzekering afgesloten'*, terwijl in de brief staat vermeld dat de ontvanger al een jaar geen premie heeft betaald. Hier ontstond verwarring over tijdens het afnemen van het onderzoek.

Ook bij het thought-listingformulier kan een kanttekening worden geplaatst. Hierbij is de instructie zo beperkt mogelijk gehouden. Dat heeft als voordeel dat respondenten erg vrij zijn in het noteren van hun gedachten. Het nadeel hiervan is dat een beperkte instructie soms ook vraagtekens opleverde bij de respondent. Daarnaast kan er nooit met zekerheid worden gesteld dat respondenten ook daadwerkelijk opschreven wat zij dachten.

Literatuur

Berg, vd. M., (2011) Argumentkwaliteit en explicietheid in een argumentatie. Een experimenteel onderzoek naar het effect van argumentkwaliteit en de manier van formuleren (expliciet versus impliciet) op de waardering en acceptatie van afwijzingsbrieven. (Master thesis) Universiteit Utrecht

Brant, M.L.F., (2011) Hoeveel argumenten zijn genoeg? Een experimenteel onderzoek naar het effect van sterke en zwakke argumenten op de waardering en acceptatie van afwijzingsbrieven. (Master thesis) Universiteit Utrecht

Brown, P. & Levinson, S. C. (1987). Universals in language use: Politeness phenomena. Cambridge (UK): Cambridge University Press

Hustinx, L., Enschoot, van R. & Hoeken, H. (2006) Argumentkwaliteit en overtuigingskracht in het Elaboration Likelihood Model: Welke dimensies spelen een rol? Tijdschrift voor Taalbeheersing, 28, 1,

Janssen, D.M.L. & Jansen, F. (aangeboden) Effects of the quality and quantity of argumentation in bad news letters.

Petty, R.E. & Cacioppo, J. T. (1986). Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change. New York: Springer-Verlag

Riekkinen, N., (2009) Softening Criticism: The use of lexical hedges in academic spoken interaction (Master thesis), University of Helsinki

Stoker, Y., (2011) Glashelder, Een experimenteel onderzoek naar het effect van sterke en zwakke argumenten, volgorde argumenten, hoeveelheid argumenten en manier van formuleren (impliciet versus expliciet) op de waardering en acceptatie van afwijzingsbrieven. (master thesis) Universiteit Utrecht

Veenstra, S.M. (2009). Sterke of zwakke reden(en)? Een analyse van de toepassing van de beleefdheidsstrategie 'geef reden' van Brown en Levinson in afwijzingsbrieven en de invloed van sterke en zwakke reden(en). (Master thesis) Universiteit Utrecht.

Verhoeven, G. & P.J. Schellens (2008). Argumentatieanalyse. In: P.J. Schellens & M. Steehouder (red.) Tekstanalyse.

Websites:

CBS (2011), *Jaarboek onderwijs in cijfers*. Geraadpleegd op 2-11-2012 via:

<http://www.cbs.nl/NR/ronlyres/FC6D3388-0F9E-4129-8F2B-53022BA3F774/0/2011f162pub.pdf>

Bijlagen

Bijlage I: Instructie onderzoek



Universiteit Utrecht

Utrecht, mei 2012

Voor de Universiteit van Utrecht doe ik een onderzoek naar zakelijke brieven. Voor dit onderzoek wil ik uw medewerking vragen.

U leest straks een kort scenario. Vervolgens vraag ik u een zakelijke brief te lezen. Het scenario heeft u nodig om de achtergrond van de brief te begrijpen. Het is de bedoeling dat u zich voorstelt dat u de ontvanger van deze brief bent.

Over de brief krijgt u verschillende soorten vragen. Lees de brief grondig door en draai daarna de bladzijde om. U mag bij het beantwoorden van de vragen niet terugbladeren of vooruitkijken. Denk bij het antwoorden niet te lang na, maar kruis aan of schrijf op wat er spontaan bij u opkomt. Let op: de meeste pagina's zijn dubbelzijdig bedrukt.

Uiteraard behandel ik uw antwoorden vertrouwelijk. Heeft u nog vragen? Aarzel niet om ze te stellen!

Alvast hartelijk dank voor uw medewerking.

Bijlage II: Scenario

Scenario

In mei 2011 bent u op vakantie geweest naar Sri Lanka. Voordat u op vakantie ging, heeft u een reisverzekering afgesloten bij Solar Reisverzekeringen NV.

Tijdens de twee weken durende vakantie is uw Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop op 14 mei 2011, bij het zwembad, gestolen.

Meer dan een jaar later dient u, op 15 augustus 2012, een schadeformulier in waarin u melding maakt van de diefstal van uw laptop. Op het schadeformulier vermeldt u de datum en plaats van vermissing en de nieuwwaarde die €1329,- bedraagt.

Op 20 augustus 2012 ontvangt u van Solar Reisverzekeringen NV de volgende brief:

Bijlage III: Briefversies 3000-3003

Briefversie 3000: Argument zonder warrant, zonder hedge



Fam. Pietersen
Esdoornweg 23
6030 AX Nederweert

Solar Reisverzekeringen NV

Postbus 16520, 2500 KB Den Haag

Bolswartlaan 12, Den Haag

Telefoon (070) 312 44 20 (centrale)

www.solarreisverzekeringen.nl

KvK Haaglanden 31084456

Behandeld door:
B.H.C. van Kolk
Tel 070-3443563

Uw kenmerk:
Polisnummer
05148412/GRG

Ons kenmerk: Den Haag
M/P/KSD/4SE 20 augustus 2012

Betreft : Ingediende claim Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop

Geachte heer/mevrouw,

Op 15 augustus van 2012 ontvingen wij van u een schadeformulier, waarin u melding maakt van de diefstal van uw Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop. In uw brief meldt u dat u uw laptop op 14 mei 2011, tijdens uw vakantie op Sri Lanka, bij het zwembad bent kwijtgeraakt. Ook vermeldt u hierin de nieuwwaarde van €1329,-.

Na ontvangst van uw schadeformulier hebben we onderzocht of u, gezien de polisvoorwaarden van onze reisverzekering, in aanmerking komt voor een schadevergoeding.

Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u meedelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen. De reden is dat uit onze administratie blijkt dat u sinds 1 december 2010, zelfs na herhaaldelijke aanmaningen, geen premie heeft betaald. Op basis van deze informatie kunnen wij u dan ook geen vergoeding toekennen.

Het spijt ons u niet beter te kunnen berichten. Mocht u het niet eens zijn met deze beslissing, dan kunt u schriftelijk bezwaar maken. Stuur hiervoor uw bezwaarschrift vóór 30 oktober 2012 naar Solar Reisverzekeringen, t.a.v. afdeling Bezwaarschriften, postbus 16520, 2500 KB Den Haag. Voor meer informatie kunt u kijken op www.solarreisverzekeringen.nl of de folder U bent het niet eens met een beslissing bestellen.

We hopen u hiermee voldoende geïnformeerd te hebben.

Met vriendelijke groet,

Dhr. B.H.C. van Kolk
Directeur Solar Reisverzekeringen

Conditie 3001: Argument + warrant



Fam. Pietersen
Esdoornweg 23
6030 AX Nederweert

Solar Reisverzekeringen NV
Postbus 16520, 2500 KB Den Haag
Bolswartlaan 12, Den Haag
Telefoon (070) 312 44 20 (centrale)
www.solarreisverzekeringen.nl
KvK Haaglanden 31084456

| | | | |
|-----------------|--------------|--------------|------------------|
| Behandeld door: | Uw kenmerk: | Ons kenmerk: | Den Haag |
| B.H.C. van Kolk | Polisnummer | M/P/KSD/4SE | 20 augustus 2012 |
| Tel 070-3443563 | 05148412/GRG | | |

Betreft : Ingediende claim Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop

Geachte heer/mevrouw,

Op 15 augustus van 2012 ontvingen wij van u een schadeformulier, waarin u melding maakt van de diefstal van uw Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop. In uw brief meldt u dat u uw laptop op 14 mei 2011, tijdens uw vakantie op Sri Lanka, bij het zwembad bent kwijtgeraakt. Ook vermeldt u hierin de nieuwwaarde van €1329,-.

Na ontvangst van uw schadeformulier hebben we onderzocht of u, gezien de polisvoorwaarden van onze reisverzekering, in aanmerking komt voor een schadevergoeding.

Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u mededelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen. De reden is dat uit onze administratie blijkt dat u sinds 1 december 2010, zelfs na herhaaldelijke aanmaningen, geen premie heeft betaald. Op grond van de polisvoorwaarden is uw verzekering daarom op 1 maart 2011 automatisch beëindigd. Op basis van deze informatie kunnen wij u dan ook geen vergoeding toekennen.

Het spijt ons u niet beter te kunnen berichten. Mocht u het niet eens zijn met deze beslissing, dan kunt u schriftelijk bezwaar maken. Stuur hiervoor uw bezwaarschrift vóór 30 oktober 2012 naar Solar Reisverzekeringen, t.a.v. afdeling Bezwaarschriften, postbus 16520, 2500 KB Den Haag. Voor meer informatie kunt u kijken op www.solarreisverzekeringen.nl of de folder U bent het niet eens met een beslissing bestellen.

We hopen u hiermee voldoende geïnformeerd te hebben.

Met vriendelijke groet,

Dhr. B.H.C. van Kolk
Directeur Solar Reisverzekeringen



Fam. Pietersen
Esdoornweg 23
6030 AX Nederweert

Solar Reisverzekeringen NV
Postbus 16520, 2500 KB Den Haag
Bolswartlaan 12, Den Haag
Telefoon (070) 312 44 20 (centrale)
www.solarreisverzekeringen.nl
KvK Haaglanden 31084456

| | | | |
|-----------------|--------------|--------------|------------------|
| Behandeld door: | Uw kenmerk: | Ons kenmerk: | Den Haag |
| B.H.C. van Kolk | Polisnummer | M/P/KSD/4SE | 20 augustus 2012 |
| Tel 070-3443563 | 05148411/GRG | | |

Betreft : Ingediende claim Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop

Geachte heer/mevrouw,

Op 15 augustus van 2012 ontvingen wij van u een schadeformulier, waarin u melding maakt van de diefstal van uw Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop. In uw brief meldt u dat u uw laptop op 14 mei 2011, tijdens uw vakantie op Sri Lanka, bij het zwembad bent kwijtgeraakt. Ook vermeldt u hierin de nieuwwaarde van €1329,-.

Na ontvangst van uw schadeformulier hebben we onderzocht of u, gezien de polisvoorwaarden van onze reisverzekering, in aanmerking komt voor een schadevergoeding.

Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u meedelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen. De reden is dat uit onze administratie blijkt dat u sinds 1 december 2009, zelfs na herhaaldelijke aanmaningen, geen premie heeft betaald. Naar onze mening is uw verzekering vanaf deze datum dan ook beëindigd. Op basis van deze informatie kunnen wij u dan ook geen vergoeding toekennen.

Het spijt ons u niet beter te kunnen berichten. Mocht u het niet eens zijn met deze beslissing, dan kunt u schriftelijk bezwaar maken. Stuur hiervoor uw bezwaarschrift vóór 30 oktober 2012 naar Solar Reisverzekeringen, t.a.v. afdeling Bezwaarschriften, postbus 16520, 2500 KB Den Haag. Voor meer informatie kunt u kijken op www.solarreisverzekeringen.nl of de folder U bent het niet eens met een beslissing bestellen.

We hopen u hiermee voldoende geïnformeerd te hebben.

Met vriendelijke groet,

Dhr. B.H.C. van Kolk
Directeur Solar Reisverzekeringen



Fam. Pietersen
Esdoornweg 23
6030 AX Nederweert

Solar Reisverzekeringen NV
Postbus 16520, 2500 KB Den Haag
Bolswartlaan 12, Den Haag
Telefoon (070) 312 44 20 (centrale)
www.solarreisverzekeringen.nl
KvK Haaglanden 31084456

| | | | |
|-----------------|--------------|--------------|------------------|
| Behandeld door: | Uw kenmerk: | Ons kenmerk: | Den Haag |
| B.H.C. van Kolk | Polisnummer | M/P/KSD/4SE | 20 augustus 2012 |
| Tel 070-3443563 | 05148413/GRG | | |

Betreft : Ingediende claim Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop

Geachte heer/mevrouw,

Op 15 augustus van 2012 ontvingen wij van u een schadeformulier, waarin u melding maakt van de diefstal van uw Acer Aspire S3-951 2634 G25iss laptop. In uw brief meldt u dat u uw laptop op 14 mei 2011, tijdens uw vakantie op Sri Lanka, bij het zwembad bent kwijtgeraakt. Ook vermeldt u hierin de nieuwwaarde van €1329,-.

Na ontvangst van uw schadeformulier hebben we onderzocht of u, gezien de polisvoorwaarden van onze reisverzekering, in aanmerking komt voor een schadevergoeding.

Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u mededelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen. De reden is dat uit onze administratie blijkt dat u sinds 1 december 2009, zelfs na herhaaldelijke aanmaningen, geen premie heeft betaald. Op grond van de polisvoorwaarden is uw verzekering daarom op 1 maart 2011 automatisch beëindigd. Naar onze mening is uw verzekering vanaf deze datum dan ook beëindigd. Op basis van deze informatie kunnen wij u dan ook geen vergoeding toekennen.

Het spijt ons u niet beter te kunnen berichten. Mocht u het niet eens zijn met deze beslissing, dan kunt u schriftelijk bezwaar maken. Stuur hiervoor uw bezwaarschrift vóór 30 oktober 2012 naar Solar Reisverzekeringen, t.a.v. afdeling Bezwaarschriften, postbus 16520, 2500 KB Den Haag. Voor meer informatie kunt u kijken op www.solarreisverzekeringen.nl of de folder U bent het niet eens met een beslissing bestellen.

We hopen u hiermee voldoende geïnformeerd te hebben.

Met vriendelijke groet,

Dhr. B.H.C. van Kolk
Directeur Solar Reisverzekeringen

Bijlage IV: Vragenlijst

Let op: nu mag u niet meer terugbladeren naar de brief en ook niet vooruitkijken naar de rest van de vragen.

Tijdens of direct na het lezen van de brief had u vast gedachten over de brief. Kunt u hieronder die gedachten weergeven? Alle gedachten zijn relevant, zolang ze maar met het onderwerp te maken hebben. Schrijf in elke box één gedachte op. Probeer zoveel mogelijk boxen in te vullen.

1

2

3

4

5

| | |
|---|--|
| 1. Welk rapportcijfer geeft u de brief in het algemeen? | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| 2. Wat is het eerste woord dat in u opkomt na het lezen van de brief? | |
| 3. Wat zou u anders doen bij het schrijven van de brief? | |

Beoordeel nu de onderstaande stellingen. Denk niet te lang na over ieder antwoord, het gaat om uw eerste indruk. U kunt antwoord geven door één van de zeven hokjes aan te kruisen.

Deze hokjes staan voor de volgende uitspraken:

1= helemaal mee oneens

2= mee oneens

3= een beetje mee oneens

4= noch mee oneens, noch mee eens

5= een beetje mee eens

6= mee eens

7= helemaal mee eens

| | |
|---|--|
| 4. De schrijver is behulpzaam | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 5. Solar is professioneel | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 6. De schrijver formuleert de afwijzing op een nette manier | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 7. De schrijver trekt zich niets van mij aan | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 8. De schrijver geeft voldoende argumenten | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 9. De schrijver stelt zich negatief op | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 10. Ik ben tevreden met de reactie van Solar | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 11. De schrijver heeft de juiste toon <u>niet</u> getroffen | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 12. De schrijver springt van de hak op de tak | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 13. Solar is betrouwbaar | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |

| | |
|--|---|
| 14. Ik leg mij neer bij deze beslissing | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 15. De toon van de brief is afstandelijk | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 16. Ik ga waarschijnlijk <u>niet</u> meer met Solar in zee | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 17. De schrijver is bot | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 18. De schrijver toont betrokkenheid | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 19. De argumenten zijn vergezocht | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 20. De schrijver is in mij geïnteresseerd | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 21. De beslissing om niet uit te keren is terecht | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 22. De schrijver komt vriendelijk over | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 23. Het slechte nieuws wordt weloverwogen gebracht | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 24. Solar is klantgericht | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 25. De schrijver komt onaardig op mij over | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 26. De schrijver leeft zich in in mijn situatie | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 27. De schrijver is arrogant | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 28. De schrijver geeft te veel argumenten | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 29. De schrijver stelt zich afstandelijk op tegenover mij | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 30. De argumenten die de schrijver geeft zijn overtuigend | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |

| | |
|--|---|
| 31. De schrijver kan zich voorstellen hoe ik mij voel | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 32. Ik ben tevreden over Solar | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 33. De schrijver stelt zich negatief op tegenover mij | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 34. Ik voel me klem gezet door de reactie van Solar | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 35. De schrijver geeft te weinig argumenten | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 36. Aan het begin van de brief was het al duidelijk waar de schrijver heen wilde | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 37. De informatie in de brief staat in een logische volgorde | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |
| 38. De brief is te lang | Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens 1 2 3 4 5 6 7 |

| | | |
|--|--|--|
| 39. Ik ben een: | <input type="checkbox"/> man <input type="checkbox"/> vrouw | |
| 40. Mijn leeftijd is: | jaar | |
| 41. De hoogste opleiding die ik heb afgerond is: | <input type="checkbox"/> Lager onderwijs <input type="checkbox"/> VMBO <input type="checkbox"/> HAVO <input type="checkbox"/> VWO | <input type="checkbox"/> MBO <input type="checkbox"/> HBO <input type="checkbox"/> WO <input type="checkbox"/> Anders, namelijk: |
| 42. Heeft u wel eens een claim bij een verzekering ingediend? | <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee | |
| 43. Deze brief kan zonder veranderingen naar klanten verzonden worden. | <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nee Indien nee: Waarom niet? | |

1. Kruis aan hoeveel argumenten voor de beslissing er in de tekst genoemd worden?

0 1 2 3 4 5 6

2. Noem het eventuele argument of de argumenten kort, in de volgorde waarin ze in de brief voorkomen.

3. Wat is de naam van de persoon die de brief heeft ondertekend?

4. In welke plaats is Solar gevestigd?

5. In welk land is de laptop gestolen?

6. Wat is volgens de eigenaar de nieuwwaarde van de laptop?

7. Wat is het merk van de laptop?

8. In welke maand is de laptop gestolen?

9. Hoe heet de site waar de lezer terecht kan voor meer informatie?

Nogmaals hartelijk dank voor uw medewerking!