



Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

“HAD IK TOCH DIE KLEINE LETTERTJES WEER BETER MOETEN LEZEN”

Onderzoek naar de invloed van het aantal argumenten en de presentatie ervan
op de overtuiging en elaboratie in claimafwijzingsbrieven.

Abstract

Dit onderzoek bouwt voort op dat van Jansen en Janssen (aangeboden) waarin het effect van zwakke en sterke argumenten op de overtuiging werd gemeten. In dit onderzoek is alleen gekeken naar sterke argumenten en is daarnaast ook het effect daarvan op de elaboratie gemeten. Participanten kregen een claimafwijzingsbrief voorgelegd met één, twee of drie argumenten voor de beslissing tot afwijzing van de claim, waarna zij op verschillende manieren moesten aangeven hoe zij over de brief dachten. De elaboratie is gemeten op drie manieren: leestijd, aantal *thoughts* en aantal goede antwoorden op tekstbegripvragen. Geconcludeerd kan worden dat twee argumenten het beste is voor de overtuiging en voor de mate van elaboratie. De mening over de kwaliteit van de onderbouwing en de elaboratie waren namelijk het beste en hoogst bij twee argumenten. Daarnaast kan gesteld worden dat de manier van presenteren (expliciet of impliciet) alleen van invloed was op de elaboratie en niet op de overtuiging. Participanten elaboreerden hierbij het hoogst bij een expliciete presentatie.

Bachelor Eindwerkstuk Communicatiestudies

Door: Tessa Laarman

Studentnummer: 3468712

Begeleider: Dr. Frank Jansen

Tweede beoordelaar: Dr. Daniël Janssen

Faculteit Geesteswetenschappen

Juni 2012

Eén van de belangrijkste taken van een bedrijf is het opstellen van duidelijke brieven en daarmee de klant ook tevreden houden. En dat is geen gemakkelijke taak. Hoewel, als het aankomt op het schrijven van duidelijke brieven met goed nieuws ondervinden bedrijven en klanten weinig problemen. Maar des te moeilijker is het om slecht nieuws duidelijk over te brengen en de klant toch tevreden te houden.

Maar de taak van het overbrengen van slecht nieuws wordt nog ingewikkelder. Het komt namelijk vaak voor dat de behoeften van zender en ontvanger met elkaar botsen. Zenders moeten dus proberen om het nieuws duidelijk over te brengen, tegelijkertijd zo goed mogelijk hun eigen reputatie te behouden én het gezicht van de ontvanger niet meer dan nodig te beschadigen (Schryer 2000 in Jansen en Janssen, aangeboden). Een interessante vraag hierbij is dan natuurlijk: Hoe moet dat?

Verzekeringsmaatschappijen moeten dag in dag uit brieven de deur uitdoen met claimacceptaties en claimafwijzingen. In dit onderzoek staan de claimafwijzingen centraal. Jansen en Janssen (aangeboden) verrichtten al onderzoek naar dit soort brieven. Zij hebben gekeken of de kwaliteit en kwantiteit van argumenten invloed heeft op de evaluatie van slecht nieuwsbrieven. Na twee experimenten concludeerden zij dat het toevoegen van argumentatie een positieve invloed heeft op de waargenomen beleefdheid en de overtuigende kracht van de brieven. Daarnaast was de kracht van sterke argumenten groter dan die van zwakke. Maar het is niet zo dat men zoveel mogelijk argumenten moet toevoegen om overtuigend te zijn: één of twee argumenten is voldoende. Het toevoegen van een derde argument draagt maar minimaal bij aan betere evaluaties.

Dit onderzoek bouwt verder op dat van Jansen en Janssen (2010; 2011; aangeboden). In dat onderzoek zijn namelijk slechts vier condities onderzocht: een brief zonder argumenten, een brief met één argument, een brief met twee argumenten en een brief met drie argumenten. Zoals zij zelf al zeggen: op deze manier kunnen aantal en kwaliteit van de specifieke argumenten niet onderscheiden worden. Dit onderzoek is onderdeel van een groter onderzoek van zes personen, die ieder verschillende condities met de argumenten van Jansen en Janssen (aangeboden) testen. Dit geeft de volgende onderzoeksvragen:

de argumenten op de overtuiging?

de argumenten op de mate van elaboratie?

3. Wat is het effect van expliciete connectieven op de overtuiging?
4. Wat is het effect van expliciete connectieven op de mate van elaboratie?

In paragraaf 2 wordt de theorie beschreven die heeft geleid tot mijn hypothesen bij de onderzoeksvragen. Paragraaf 3 geeft mijn experiment met claimafwijzingsbrieven weer. Vervolgens worden de resultaten ervan besproken in paragraaf 4. Dit wordt gevolgd door een conclusie (paragraaf 5) en een discussie (paragraaf 6).

2. Theoretisch kader

2.1 De kwaliteit van argumenten

In de inleiding werd al duidelijk dat het schrijven van een goede zakelijke brief niet zo makkelijk is als op het eerste gezicht lijkt. Men moet namelijk duidelijk zijn en tegelijkertijd proberen om de klant tevreden te houden. Die duidelijkheid komt nu eerst aan bod en vervolgens het tevreden houden van de klant.

Een zakelijke brief moet dus duidelijk zijn. De zin “U krijgt uw product niet vergoed”, zal het bedrijf niet in dank worden afgenomen. Klanten willen weten waarom zij hun product niet vergoed krijgen. Krijgen zij geen redenen, dan kan dat de geloofwaardigheid van de verzekeringsmaatschappij aantasten en wordt het voor de klant moeilijker om het bericht te accepteren. Hier zijn dan ook argumenten nodig. Goede argumenten welteverstaan. Hiermee komt vervolgens vanzelf de vraag: wat maakt een argument nu goed of slecht? Jansen en Janssen (aangeboden) maakten in hun onderzoek gebruik van de analytische methode. De auteurs selecteerden een argument als sterk als er werd voldaan aan drie criteria:

1. De rechtvaardiging (*warrant*) is expliciet gemaakt.
2. De regel verwijst direct naar termen van de polisvoorwaarden: zonder toevoeging van allerlei bochten moeten de interpretaties van de verzekeringspolis worden weergegeven.
3. De ontvanger kan de regel strikt toepassen. Hij moet dus niet een extra interpretatiestap hoeven nemen om te snappen waar de regel naar verwijst.

2.2 De beleefdheidstheorie

De beleefdheidstheorie van Brown & Levinson (1978; 1987) bouwt voort op de *face-keeping theory* van Goffman (1955). Die theorie heeft als uitgangspunt dat mensen altijd hun eigen gezicht en dat van anderen willen en proberen te beschermen. Brown en Levinson gaan daar op door, door te stellen dat mensen hun eigen gezicht, het beeld dat zij van zichzelf hebben en het beeld dat anderen van hen hebben niet willen beschadigen. Zodoende gaan zij uit van een positief en een negatief gezicht. De eerste behoefte van de mens is bij een groep horen. Dit is het positieve gezicht. Dit gezicht wil graag waardering van anderen (en krijgt dit bijvoorbeeld als gezegd wordt: “Wat zit je haar leuk”) en gaat ervan uit dat anderen ook willen wat hij wil. De tweede behoefte van de mens is een individu zijn en een eigen weg te kunnen gaan. Dit is het negatieve gezicht. Door bijvoorbeeld “Je mag hier niet komen” tegen iemand te zeggen, belemmer je iemand in zijn vrijheid van handelen en beschadig je het negatieve gezicht. Het bedreigen van iemands positieve en/of negatieve gezicht wordt gedaan door de zogenaamde *face threatening acts* (FTA's).

Met een claimafwijzingsbrief van een verzekeringsmaatschappij wordt in termen van Brown en Levinson het gezicht van de ontvanger geschaad. Hij wordt immers beperkt in zijn vrijheid van handelen. Deze situatie zou volgens de onderzoekers verbeterd kunnen worden door beleefdheidsstrategieën toe te voegen aan de afwijzing. Brown en Levinson geven een typologie aan beleefdheidsstrategieën. Eén van hun categorieën is de positieve beleefdheidsstrategie. Hiermee geeft de zender aan de ontvanger aan dat ze samenwerken. De strategie “Geef redenen” (of uitleg of argumentatie) is één van de strategieën die binnen deze categorie vallen.

Jansen en Janssen (2010) hebben met een aantal experimenten met slecht nieuwsbrieven de proef op de som gesteld en de beleefdheidsstrategieën van Brown en Levinson empirisch getoetst. Zij manipuleerden het aantal en type beleefdheidsstrategieën en hebben onder andere gekeken of hun manipulaties invloed hadden op dingen als zendereigenschappen, relaties met de klant en overtuiging. Hun uiteindelijke conclusie was duidelijk. “Geef redenen” heeft een

even terwijl andere strategieën helemaal

Maar is het dan meteen verstandig als verzekeringsmaatschappij om iedere claimafwijzing te vullen met zoveel mogelijk argumenten? Of is er een grens waarbij het effect van het toevoegen van argumenten op de beoordeling van de ontvanger van de brief niet meer zo sterk is? Jansen en Janssen (aangeboden) concludeerden na twee experimenten dat dat effect nog maar minimaal is bij het toevoegen van het derde argument. Twee argumenten is eigenlijk voldoende. Onder andere dat effect zal getest worden in dit onderzoek. In paragraaf 2.5 zal hier nog verder op in worden gegaan.

2.3 Het Elaboration Likelihood Model

De uitkomsten van het onderzoek van Jansen en Janssen (2010) naar de verschillende beleefdheidsstrategieën, laten vragen opkomen over de validiteit van de beleefdheidstheorie. Omdat hun experiment heeft aangetoond dat beleefdheidsstrategieën helemaal geen invloed hebben op de reacties van de lezers kunnen we ons afvragen hoe lezers informatie verwerken. Hiermee komen we uit op het Elaboration Likelihood Model (ELM) van Petty en Cacioppo (1984). Volgens dit model vindt overtuiging plaats in een “elaboratie continuüm” waarbij er variatie is in de mate van elaboratie. Die kan variëren van lage elaboratie (een oppervlakkige verwerking van informatie) tot hoge elaboratie (een diepe verwerking van informatie).

Volgens het ELM zijn er twee routes waarop de lezer tot overtuiging kan komen, namelijk de centrale en de perifere route. De lezer die de centrale route kiest onderwerpt de tekst aan een kritische blik en weegt vervolgens alle argumentatie goed tegen elkaar af. Of de lezer dan uiteindelijk al dan niet overtuigd is van het gegeven standpunt is afhankelijk van zijn eigen cognitieve proces. Die uitkomst is een optelsom van het eigen waardesysteem van de lezer en de tekstuele overtuigende kenmerken van de tekst. Bij de perifere route is er geen sprake van hoge elaboratie of een kritische evaluatie van de argumentatie. Overtuiging en verandering van de attitude worden hier bepaald door factoren die niets te maken hebben met de argumentatie, zoals de kwaliteit van de manier waarop het bericht gepresenteerd wordt, de waargenomen geloofwaardigheid van de bron en de aantrekkelijkheid van

vaak gebruik gemaakt van vuistregels (of
e meer argumenten, hoe beter” (Petty &

Cacioppo 1984; Chaiken 1987).

Bij hun ELM hebben Petty en Cacioppo (1986 in Petty & Wegener 1999) zeven postulaten opgesteld. Eén daarvan is het *multiple-roles postulate*:

“Variables can affect the amount and direction of attitude change by (a) serving as persuasive arguments, (b) serving as peripheral cues, and/or (c) affecting the extent or direction of issue and argument elaboration” (Petty & Wegener 1999, p. 48).

Bij dit postulaat wordt er dus vanuit gegaan dat bepaalde kenmerken in een tekst op een aantal verschillende manieren kunnen werken. Zo’n kenmerk kan ervoor zorgen dat lezers dieper gaan verwerken (of: elaboreren) of juist niet. Zo kan het expliciet maken van verbanden in de tekst zorgen voor meer begrip bij de lezer, maar het kan ook leiden tot irritatie omdat de lezer al veel van het onderwerp weet en daardoor perifeer gaat verwerken.

2.4 Presentatie: impliciet en expliciet

Volgens Janssen (2007) is “een tekst pas een tekst, een gesprek een gesprek, een vergadering een vergadering, een presentatie een presentatie als er samenhang in zit. [...] Er moet structuur in zitten. Ontbreekt die structuur, dan zal de lezer of luisteraar grote moeite hebben om de aandacht erbij te houden. Hij zal er dan niet in slagen om de boodschap adequaat te decoderen, laat staan te onthouden” (p. 85). En dat onthouden is in zakelijke communicatie heel belangrijk. Als iets niet te onthouden is, dan kan de communicatie nooit succesvol zijn. Eén van de manieren om een tekst samenhangend te maken, zijn duidelijke relaties tussen elementen (zinnen, alinea’s, paragrafen).

Ted Sanders (2001) heeft onderzoek gedaan naar structuursignalen in informerende teksten. Volgens hem bieden signaalwoorden een helpende hand bij het lezen en zorgen ze daarnaast voor een snellere verwerking. Deze effecten zijn wel gelimiteerd: ze gelden alleen als de lezer zelf nog geen causale relatie tussen verschillende tekstdelen heeft gelegd. Als we dit terugkoppelen op het ELM heeft een centrale verwerker dus niets aan signaalwoorden, want hij legt de relaties zelf al. Een perifere lezer is daarentegen waarschijnlijk wel gebaat bij signaalwoorden.

Janssen (2010) een effect van de positieve beleefdheidsstrategie “Geef redenen” van Brown en Levinson (1987). In een ander experiment hebben Jansen en Janssen (aangeboden) onder andere gekeken of het aantal argumenten ertoe doet in een zakelijke brief. Zij vonden dat het toevoegen van argumenten zin heeft tot het derde argument. Het derde argument zorgt nog maar voor een minimale verbetering van de evaluatie van de brief door de participanten.

2.6 Hypotheses

In dit onderzoek ligt de interesse bij het aantal argumenten en de presentatie van die argumenten. Er wordt voortgebouwd op het onderzoek van Jansen en Janssen (aangeboden), omdat dat nog niet volledig was. Nog niet alle verschillende combinaties van argumenten zijn getest en ook het effect van vier argumenten is nog onduidelijk. Bovendien kunnen met hun design nog niet het aantal en de kwaliteit van de specifieke argumenten onderscheiden worden.

Een andere groep bachelorstudenten heeft al een vergelijkbaar onderzoek gedaan naar zwakke argumenten. In mijn groep staan de sterke argumenten centraal. Het bijzondere van sterke argumenten is, dat ze individueel – dus als een enkel argument – voldoende argumentatieve kracht zouden moeten hebben. Zo zouden we dus eigenlijk logisch kunnen redeneren dat het toevoegen van sterke argumenten geen zin zou moeten hebben. Deze gedachte en de voorgaande theorie leiden tot de volgende onderzoeksvragen en hypotheses:

1. Wat is het effect van het aantal sterke argumenten op de overtuiging?

De hypothese hierbij is:

- 1a. Hoe meer argumenten, hoe beter.

Hoewel de redenering die hierboven staat aanneembaar is, verwacht ik toch dat het toevoegen van argumenten positief zal werken op de beoordeling van de lezer. Ik verwacht namelijk een elaboratie die meer neigt naar laag dan naar hoog, omdat lezers zich op het moment van lezen nooit volledig in de geschetste situatie van de

atsen en zich daarom toch minder zullen
zij normaal zouden doen.

2. Wat is het effect van het aantal sterke argumenten op de mate van elaboratie?

De hypothese hierbij is:

2a. Hoe meer argumenten, hoe minder elaboratie.

Zoals uitgelegd bij hypothese 1a, verwacht ik niet zo'n hoge elaboratie. Dit in combinatie met meer argumenten zal dan ook waarschijnlijk niet in het voordeel gaan werken van de elaboratie, maar er juist voor zorgen dat die elaboratie zal afnemen, omdat het zal gaan werken als vuistregel.

3. Wat is het effect van expliciete connectieven op de overtuiging?

De hypothese hierbij is:

3a. Er zal een groter verschil zijn in overtuiging bij de expliciete connectieven dan bij de impliciete connectieven bij meer argumenten.

In paragraaf 2.3 werd het *multiple roles postulate* beschreven. Expliciete connectieven kunnen zo'n rol innemen. Lezers kunnen de explicietheid ervan opvatten als 'handig', omdat ze bijvoorbeeld weten hoeveel argumenten gaan komen. Echter, de explicietheid van connectieven kan ook opgevat worden als betuttelend of vervelend, omdat lezers zich onderschat voelen. Ze kunnen immers zelf ook wel lezen dat er bijvoorbeeld drie argumenten in een tekst staan. Op basis van deze redenering verwacht ik dan ook dat er een groter verschil zal zijn in overtuiging bij expliciete connectieven dan bij impliciete connectieven.

4. Wat is het effect van expliciete connectieven op de mate van elaboratie?

4a. Expliciete connectieven zullen leiden tot minder elaboratie dan impliciete connectieven.

Ik verwacht dat lezers “lui” zullen worden bij expliciete connectieven, omdat ze door die connectieven sneller de relaties tussen de verschillende tekstonderdelen zien. Lezers met impliciete connectieven daarentegen zullen beter moeten lezen om de relaties te begrijpen en dat zal leiden tot hogere elaboratie.

3. Methode

3.1 Materiaal

Omdat dit onderzoek een voortvloeijsel is uit Jansen en Janssen (aangeboden) naar het effect van argumentkwaliteit en -kwantiteit op het gebied van slecht nieuwsbrieven, is dat materiaal enigszins aangepast, en vervolgens gebruikt voor dit onderzoek. Op deze manier kunnen de tijdens mijn onderzoek verkregen data weer gebruikt worden voor een groter onderzoek.

Het materiaal van Jansen en Janssen bestond uit verschillende elementen: een voorwoord, een scenario, een claimafwijzingsbrief en ten slotte een vragenlijst. De brief die is gebruikt voor dit onderzoek is nagenoeg hetzelfde als die Jansen en Janssen hebben gebruikt. Alleen de gebruikte argumenten waren verschillend (hierover later in deze paragraaf meer). Het ging om een claimafwijzingsbrief van Solar Reisverzekeringen N.V. De brief is gebaseerd op echte voorbeelden van Kok (1993 in Jansen en Janssen, aangeboden) en van grote verzekeringsbedrijven in Nederland (Jansen en Janssen, aangeboden).

Opening

Geachte heer/mevrouw,

Op 15 juni van 2011 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 maart 2010, tijdens uw vakantie op Sri Lanka, bij het zwembad bent kwijtgeraakt. Ook vermeldt u hierin de nieuwwaarde van €1329,-.



Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

we onderzocht of u, gezien de
aanmerking komt voor een

schadevergoeding.

Standpunt met argumenten

Eén, twee, drie of vier expliciete dan wel impliciete argumenten (zie hiervoor paragraaf 3.2 Onafhankelijke variabelen).

Afsluiting

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 juli 2011 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

3.2 Onafhankelijke variabelen

3.2.1 Aantal sterke argumenten:

De eerste onafhankelijke variabele is het aantal sterke argumenten dat in de brief wordt genoemd ter ondersteuning van het standpunt. Een argument was sterk als het een onomkeerbaar feit vertegenwoordigde, bijvoorbeeld het niet nakomen van een polisvoorwaarde. Er waren steeds één, twee, drie of vier argumenten aanwezig, die in verschillende combinaties zijn getest door de studenten uit de onderzoeksgroep. Dit waren de volgende argumenten:

A: Uw schadeclaim is méér dan een jaar oud. Volgens onze polis vervalt het recht op schadevergoeding als de claim niet binnen één jaar wordt ingediend.

B: Bij de vermissing van uw laptop heeft u geen aangifte van vermissing gedaan bij de lokale politie, zoals in onze polisvoorwaarden wordt vermeld.

C: Volgens de polisvoorwaarden van deze verzekering wordt geen schade of vermissing van goederen buiten Europa gedekt.

s 1 december 2009, zelfs na herhaaldelijke

Op grond van de polisvoorwaarden is uw

verzekering daarom op 31 maart 2010 automatisch beëindigd.

Argument A, B en C zijn overgenomen van Jans en en Janssen (aangeboden). Argument D is door de onderzoeksgroep opgesteld en toegevoegd. In de brieven van dit onderzoek zagen de condities er als volgt uit:

Conditie A:

Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u meedelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen. Uw schadeclaim is méér dan een jaar oud. Volgens onze polis vervalt het recht op schadevergoeding als de claim niet binnen één jaar wordt ingediend. Op basis van deze informatie kunnen wij u dan ook geen vergoeding toekennen.

Conditie AC:

Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u meedelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen om twee redenen. De eerste reden is dat uw schadeclaim méér dan een jaar oud is. Volgens onze polis vervalt het recht op schadevergoeding als de claim niet binnen één jaar wordt ingediend. De tweede reden is dat volgens de polisvoorwaarden van deze verzekering geen schade of vermissing van goederen buiten Europa wordt gedekt. Op basis van deze informatie kunnen wij u dan ook geen vergoeding toekennen.

Conditie ACD:

Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u meedelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen om twee redenen. De eerste reden is dat uw schadeclaim méér dan een jaar oud is. Volgens onze polis vervalt het recht op schadevergoeding als de claim niet binnen één jaar wordt ingediend. De tweede reden is dat volgens de polisvoorwaarden van deze verzekering geen schade of vermissing van goederen buiten Europa wordt gedekt. De derde 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 31 maart 2010 automatisch beëindigd. Op basis van deze informatie kunnen wij u dan ook geen vergoeding toekennen.

Hoewel het in principe niet uitmaakt in welke volgorde argumenten gepresenteerd worden (Stoker 2011), worden zij in dit onderzoek op alfabetische volgorde in de brieven gepresenteerd. De resultaten moeten namelijk vergeleken kunnen worden met die van de vijf andere onderzoekers. Om een goede vergelijking te kunnen maken, is het nodig om afspraken te maken over de volgorde. Op deze manier sluiten

r volgordeverschillen in ieder geval uit. Op
ens niet verder in worden gegaan.

3.2.2 Presentatie

De argumenten in de brieven worden met impliciete of expliciete connectieven weergegeven. De condities A en AC worden alleen impliciet getest, de conditie ACD zowel impliciet als expliciet. Alleen conditie ACD wordt impliciet getest, omdat als er al effecten zijn door presentatieverschillen, deze verschillen dan waarschijnlijk alleen te zien zijn in de meest ingewikkelde versie (dat wil zeggen: de conditie met de meeste argumenten). In het geval van dit experiment is dat in conditie ACD.

De expliciete brief omzetten naar een impliciete brief was ingewikkeld. Als alle signaalwoorden werden weggelaten, werd het een erg onsamenhangend geheel van losse zinnen die niets met elkaar te maken hadden. Dit zorgt voor een slechte ecologische validiteit. Er is daarom gekozen voor een impliciete brief met minder opvallende signaalwoorden. De toegevoegde signaalwoorden zijn bij de eerste reden geen, bij de tweede reden 'ook' en bij de derde reden 'daarnaast'. Deze woorden zijn dus ter vervanging van 'ten eerste', 'ten tweede', en 'ten derde', woorden die de komst van het volgende argument veel explicieter aangeven. De impliciete conditie zag er als volgt uit:

Naar aanleiding van een nauwkeurig onderzoek moeten wij u meedelen dat wij uw claim niet kunnen inwilligen. Uw schadeclaim is méér dan een jaar oud. Volgens onze polis vervalt het recht op schadevergoeding als de claim niet binnen één jaar wordt ingediend. Ook wordt volgens de polisvoorwaarden geen schade of vermissing van goederen buiten Europa gedekt. Daarnaast blijkt uit onze administratie dat u sinds 1 december 2009 geen premie heeft betaald. Op grond van de polisvoorwaarden is uw verzekering daarom op 31 maart 2010 automatisch beëindigd. Op basis van deze informatie kunnen wij u dan ook geen vergoeding toekennen.

3.3 Afhankelijke variabelen

Het instrument dat is gebruikt in dit experiment is overgenomen van Jansen en Janssen (aangeboden). Het eerste onderdeel waren *thoughts*, door middel van *thought listing* (zie hierover meer in paragraaf 3.5 Instrumentatie). Ten tweede is de participanten gevraagd naar de algemene kwaliteit van de brieven, door het toekennen van een rapportcijfer. Vervolgens is de participanten gevraagd naar de expressieve en relationele aspecten van de brieven. Deze elementen vormen namelijk

nde kracht van het bericht. De laatste
oratie. Deze is op drie manieren gemeten:

de leestijd van de brief, het aantal *thoughts* (zie hierover meer in paragraaf 3.5 Instrumentatie) en het aantal goede antwoorden op de tekstbegripvragen.

3.4 Participanten

Van de 145 participanten in dit onderzoek, waren er 58 mannen (40%) en 87 vrouwen (60%). De leeftijden varieerden van 15 tot 80, met een gemiddelde leeftijd van 38 (sd 15.9). Randomisatiechecks lieten zien dat de participanten gelijk verdeeld waren over de condities wat betreft hun geslacht en leeftijd. Van de participanten hadden er 44 (30%) een vorm van middelbaar onderwijs gehad; 47 (32.4%) MBO; 33 (22.8%) HBO en 16 (11%) een universitaire studie afgerond. De meeste participanten (60%) hadden ervaring met verzekeringsclaims.

Alle participanten waren goede sprekers van het Nederlands. Niemand werd betaald voor zijn bijdrage. De meeste participanten zijn geworven gedurende een treinrit; anderen waren mensen binnen mijn familie- en vriendenkring.

3.5 Instrumentatie

Ter instrumentatie is ten eerste gebruik gemaakt van *thought listing*. Bij *thought listing* moest de participant alle relevante gedachten (dat wil zeggen: die met het onderwerp te maken hadden) die hij of zij bij het lezen van de brief had, opschrijven. Het doel van deze *thought listing* is om te controleren of mensen al dan niet diep (centraal) verwerkt hebben. Meer *thoughts* duiden er namelijk vaak op dat mensen ergens dieper over nagedacht hebben (Jansen & Janssen, aangeboden; Cacioppo & Petty 1981). Bij het verwerken van de resultaten hiervan zijn de *thoughts* ingedeeld in vier categorieën: argumenten (alles met betrekking tot de argumenten), tekst (alles met betrekking tot de vorm van de brief), schrijver (alles over zowel de schrijver als het bedrijf) en inhoud (alles met betrekking tot vakanties, laptops, Sri Lanka etc.). Binnen de categorieën was er nog de keuze voor een positieve of negatieve *thought*. Positief was hierbij alles wat niet negatief was.

Vervolgens moesten de participanten een eerste algemene evaluatie geven van de brief: een rapportcijfer, het eerste woord dat in ze opkwam na het lezen van de brief en wat ze zelf anders zouden hebben gedaan bij het schrijven van de brief. Om

zeven-punts Likert schaal gebruikt om de afgelezen variablen staan weergegeven in tabel 1.

Tabel 1 Afhankelijke variabelen met Cronbach's alpha

| Variabele | Voorbeeldvraag |
|--|---|
| Imago ($\alpha = .81$) | Solar is professioneel |
| Instemming ($\alpha = .72$) | Ik ben tevreden met de reactie van Solar |
| Opbouw ($\alpha = .63$) | De schrijver springt van de hak op de tak |
| Vriendelijkheid ($\alpha = .83$) | De schrijver stelt zich negatief op |
| Toon ($\alpha = .76$) | De toon van de brief is afstandelijk |
| Betrokkenheid ($\alpha = .72$) | De schrijver trekt zich niets van mij aan |
| Kwaliteit van de onderbouwing ($\alpha = .79$) | De schrijver geeft voldoende argumenten |
| Positie ($\alpha = .68$) | De schrijver stelt zich negatief op tegenover mij |

Sommige van deze stellingen werden negatief gesteld, andere positief zoals dat meestal wordt gedaan bij dit soort onderzoek om semiautomatische reacties tegen te gaan. Na de Likertschalen moesten de participanten een aantal vragen beantwoorden die demografische gegevens betroffen: geslacht, leeftijd en opleiding.

De vragenlijst werd afgesloten met een aantal tekstbegripvragen (bijvoorbeeld: 'Kruis aan hoeveel argumenten voor de beslissing er in de tekst genoemd worden' en 'In welke maand is de laptop gestolen?'). Deze vragen zijn toegevoegd om, naast de *thought listing*, te kijken hoe goed men gelezen heeft. De volledige vragenlijst is te vinden in bijlage 1.

3.6 Design

Voor dit onderzoek is een design gebruikt met drie condities: n, n+1, n+2 en n+3. N staat hierbij voor 'argument'. In de conditie n+3 zit ook de conditie expliciet versus impliciet. Zoals eerder vermeld is namelijk alleen van de conditie met de meeste argumenten ook een impliciete conditie gemaakt. Elke participant evalueerde een brief in één conditie. Elke brief is geëvalueerd door 40 participanten.

rio:

Scenario

In maart 2009 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 maart 2009, bij het zwembad, gestolen.

Vervolgens lazen ze een brief. Natuurlijk varieerden de brieven aan de hand van de verschillende condities (zie hiervoor: paragraaf 3.2 Onafhankelijke variabelen). De opening en afsluiting van alle brieven waren wel gelijk in alle condities, zoals gezegd in paragraaf 3.1. Vervolgens vulden de participanten de vragenlijst in en werden zij bedankt voor hun medewerking.

Alle brieven hadden een authentieke lay-out, volgens de conventies van zakelijke brieven. Ze telden ongeveer 230 woorden. Op het moment van lezen van de brieven, wisten de participanten nog niets over de inhoud van de vragenlijsten. Het lezen van de brief duurde gemiddeld 71 seconden. Zodra de participant de bladzijde met de brief had omgeslagen, mocht hij of zij niet meer terugbladeren naar de brief of naar het scenario.

4. Resultaten

Eén van de eerste vragen van de vragenlijst was om de brief een algemeen rapportcijfer te geven, variërend van 1 tot 10. Er waren kleine verschillen te zien tussen de gemiddelde cijfers, maar deze verschillen waren niet significant.

4.1 Het effect van sterke argumenten op de overtuiging

Met een One-Way ANOVA is ten eerste gekeken of er een effect is van de verschillende condities op de overtuiging. Hier bleek dat er alleen sprake is van een significant effect op de variabele 'Kwaliteit van de onderbouwing' ($F = 5.73$; $df = 2$; $p = 0.004$).

g groot verschil is tussen één en twee argument zorgde maar voor een minimale

verbetering van de beoordeling.

Tabel 2 Gemiddelde scores en standaarddeviaties op het cluster 'Kwaliteit van de onderbouwing'.

| Versie | Gemiddelde (sd) |
|--|-----------------|
| Méér dan een jaar geleden. | 4.5 (1.1) |
| Méér dan een jaar geleden en geen dekking buiten Europa | 5.3 (1) |
| Méér dan een jaar geleden, geen dekking buiten Europa en geen premie betaald | 5.4 (1.1) |

Op alle andere variabelen werd geen significant effect gevonden van de versie van de brief en dus het aantal argumenten.

4.2 Het effect van aantal sterke argumenten op de elaboratie

Om te kijken hoe de participant geëlaboreerd heeft, waren er drie metingen: leestijd, aantal *thoughts* en aantal vragen goed bij de tekstbegripvragen. Een correlatietest laat zien dat er geen correlatie bestaat tussen deze drie metingen. Daarom is van alle metingen apart bekeken op welke clusters deze van invloed waren.

De leestijd bleek niet van invloed te zijn op de verschillende clusters. Een langere leestijd (wat logischerwijs zou duiden op hogere elaboratie) zorgde dus niet voor een betere of slechtere beoordeling. Vervolgens is gekeken hoe dit zat met de *thoughts*. Hiervoor zijn eerst alle *thoughts* in de categorie 'tekst' en 'argumenten' bij elkaar opgeteld. Deze *thoughts* duiden namelijk op hoge elaboratie: het zijn gedachtes met betrekking tot het standpunt dat wordt ingenomen in de tekst. Ook alle *thoughts* over 'schrijver' en 'inhoud' zijn opgeteld. Deze *thoughts* gaan over van alles maar niet over de redenering in de tekst, en duiden zodoende op lage elaboratie. Van deze twee nieuwe categorieën is gekeken op ze van invloed zijn op de verschillende clusters. Dat bleek voor geen van de clusters het geval te zijn.

betrof de tekstbegripvragen. Meer goede op grondig lezen, maar bij elaboreren gaat het vooral om de argumenten in een tekst. Daarom heb ik hierbij alleen naar de eerste twee vragen gekeken ('Kruis aan hoeveel argumenten voor de beslissing er in de tekst genoemd worden' en 'Noem het eventuele argument of de argumenten kort, in de volgorde waarin ze in de brief voorkomen'). Op deze vragen konden de participanten drie punten verdienen (één bij de eerste vraag en twee bij de tweede vraag: één voor een correcte inhoud en één voor een correcte volgorde). Tussen deze vragen bleken namelijk hoge correlaties te zitten, zoals weergegeven in tabel 3.

Tabel 3 Correlaties tussen tekstbegripvragen over de argumenten

| | Aantal argumenten goed | Inhoud correct | Volgorde correct |
|---------------------------|------------------------|----------------|------------------|
| Aantal argumenten correct | 1 | | |
| Inhoud correct | .44** | 1 | |
| Volgorde correct | .44** | .8** | 1 |

** p<.001

De antwoorden op deze vragen bleken alleen van invloed te zijn op het cluster 'Kwaliteit van de onderbouwing' ($F = 2.66$; $df = 3$; $p = 0.05$). Vervolgens is met een covariantie-analyse gekeken of het effect van het aantal argumenten op de attitude ten opzichte van de kwaliteit van de onderbouwing misschien via het aantal goede antwoorden op de tekstbegripvragen verloopt. Dat bleek niet zo te zijn. Voor alle andere clusters werd geen significant verschil gevonden.

Het aantal argumenten in de tekst bleek alleen van invloed te zijn op het aantal goede antwoorden op de tekstbegripvragen ($F = 6.69$; $df = 2$; $p = 0.002$), niet op de leestijd en het totale aantal *thoughts*. De gemiddelden en standaarddeviaties die gescoord zijn op deze vragen, zijn weergegeven in tabel 4.

| | |
|---------------------------|-----------|
| 2 argumenten | 2.3 (1.1) |
| 3 argumenten expliciet | 1.8 (1.1) |
| 3 argumenten impliciet | 1.3 (1.3) |

Zoals in tabel 4 te zien is, scoren de participanten het beste bij de brief met twee argumenten. De participanten met de impliciete versie en drie argumenten scoren het slechtst. Dat kan te wijten zijn aan de manier van presenteren (impliciet of expliciet). Hierover meer in paragraaf 4.3. Helaas hebben de participanten met de brief met één argument geen tekstbegripvragen beantwoord. Deze conditie kon bij deze meting dan ook niet worden meegenomen. Met een MANOVA is gekeken of de verschillen te wijten zijn aan een verschil in sekse. Dat bleek niet het geval te zijn.

Als laatste is gekeken of het aantal argumenten invloed heeft op het soort *thoughts* dat de participanten opgeschreven hebben. Dat bleek alleen het geval te zijn voor de *thoughts* in de categorie 'tekst' ($F = 6.47$; $df = 2$; $p = 0.002$). De *thoughts* over de tekst vallen samen met de *thoughts* over de argumenten in de categorie 'hoge elaboratie', zoals eerder besproken. Voor de *thoughts* over de argumenten kunnen we spreken van een marginaal significant effect van het aantal argumenten ($F = 2.75$; $df = 2$; $p = 0.07$).

Tabel 5 Gemiddeld aantal *thoughts* en standaarddeviaties bij twee en drie argumenten

| | | Gemiddelde (sd) |
|------------------------------------|--------------|-----------------|
| <i>Thoughts</i> over de tekst | 2 argumenten | 1.5 (1.2) |
| | 3 argumenten | 2.1 (1.2) |
| <i>Thoughts</i> over de argumenten | 2 argumenten | 1 (1.2) |
| | 3 argumenten | 0.5 (0.7) |

4.3 Het effect van expliciete connectieven op de overtuiging.

Voor de impliciete en expliciete versie waren er minieme verschillen tussen de rapportcijfers. Deze verschillen waren niet significant.

atie van de argumenten bleek geen verschil
el cluster is hiervan een significant verschil

gevonden. Het feit dat participanten met een impliciete versie het slechtst gescoord hebben op de tekstbegripvragen is dan ook niet te wijten aan de manier van presenteren.

4.4 Het effect van expliciete connectieven op de elaboratie.

De manier van presenteren bleek significant van invloed te zijn op het aantal *thoughts* die duiden op hoge elaboratie ($F = 4.54$; $df = 1$; $p = 0.04$). Er was geen significant verschil voor de *thoughts* die duiden op lage elaboratie. De gemiddelden en standaarddeviaties zijn weergegeven in tabel 5.

Tabel 6 Gemiddelden en standaarddeviaties voor het aantal thoughts in de impliciete en expliciete versie

| | | Gemiddelde (sd) |
|--|-----------|-----------------|
| <i>Thoughts</i> hoge elaboratie (over tekst en argumenten) | expliciet | 2.6 (1.1)** |
| | impliciet | 2 (1.4)** |
| <i>Thoughts</i> lage elaboratie (over schrijver en inhoud) | expliciet | .9 (0.94) |
| | impliciet | 1.1 (1.3) |

** $p < .001$

De manier van presenteren had geen significante invloed op het aantal goede antwoorden bij de tekstbegripvragen over de argumenten.

4.5 Verschillen tussen mannen en vrouwen

Het kan zijn dat geslacht een rol speelt bij de beoordeling van de brieven. Van die rol wordt in deze paragraaf verslag gedaan.

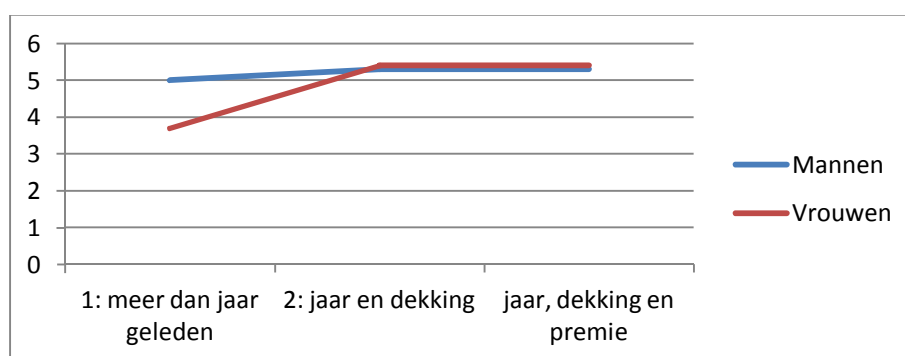
Er is een interactie-effect gevonden van het aantal argumenten en geslacht op het cluster kwaliteit van de onderbouwing ($F = 4.27$; $df = 2$; $p = 0.02$). Vrouwen zijn hierbij veel meer onder de indruk van meer argumenten dan mannen. Tabel 6 laat de gemiddelde beoordelingen van zowel mannen als vrouwen zien voor de kwaliteit van de onderbouwing.

(sd)

| | | |
|--------------|-------|-----------|
| 1 argument | Man | 5 (.8) |
| | Vrouw | 3.7 (1.2) |
| 2 argumenten | Man | 5.3 (1.1) |
| | Vrouw | 5.4 (.9) |
| 3 argumenten | Man | 5.3 (1.1) |
| | Vrouw | 5.4 (1.2) |

In de tabel is te zien dat vooral het toevoegen van het tweede argument 'Geen dekking buiten Europa' een positief effect heeft op hun beoordeling van de onderbouwing. Het derde argument ('Geen premie betaald') maakt voor hen niets uit, de gemiddelde beoordelingen blijven gelijk. Bij de mannen heeft het toevoegen van het tweede argument ook een positief effect op hun beoordeling van de onderbouwing, maar dat effect is veel kleiner dan bij de vrouwen. En ook voor de mannen heeft het toevoegen van een derde argument geen effect op de beoordeling; deze blijft gelijk. In figuur 1 staat dit interactie-effect weergegeven. Het geslacht heeft op geen van de andere clusters invloed.

Figuur 1 Verschillen tussen mannen en vrouwen in de verschillende versies voor 'kwaliteit van de onderbouwing'



De resultaten van dit onderzoek laten zien dat het aantal argumenten geen heel grote invloed heeft op de overtuiging en elaboratie van lezers, maar als er een effect is, dat effect vooral in het voordeel is van twee argumenten.

Het aantal argumenten in de tekst had alleen effect op de meningen over de kwaliteit van de onderbouwing. Hierbij zorgde vooral het tweede argument voor een positievere beoordeling op deze schaal. Met een derde argument verbeterde die overtuiging wel iets, maar niet zo veel als van één naar twee. Hypothese 1a “Hoe meer argumenten, hoe beter” is dan ook maar deels bevestigd, omdat het toevoegen van argumenten wel zin heeft, maar tot een bepaalde hoogte, namelijk twee argumenten.

Om de mate van elaboratie te meten, zijn drie metingen gedaan (de leestijd, het aantal *thoughts* en tekstbegripvragen). Deze drie metingen bleken niet met elkaar te correleren. Hierover meer in de discussie (paragraaf 6). Het aantal argumenten bleek alleen invloed te hebben op het aantal goede antwoorden op de tekstbegripvragen over de argumenten en niet op de leestijd en het aantal *thoughts*. Ook voor de mate van elaboratie bleek twee argumenten het beste te werken. Bij twee argumenten werden namelijk meer goede antwoorden gegeven op de tekstbegripvragen dan bij drie argumenten. Helaas is dit bij één argument niet gemeten. Waarschijnlijk waren drie argumenten te veel om te onthouden. Daarnaast werden bij de brief met twee argumenten méér *thoughts* over de argumenten opgeschreven dan bij drie argumenten. Met drie argumenten werden wel meer *thoughts* over de tekst opgeschreven, maar als we kritisch naar elaboratie kijken, zijn *thoughts* over de argumenten veelzeggender. *Overall* kunnen we dus wederom spreken van een voordeel van twee argumenten boven drie. Hypothese 2a “Hoe meer argumenten, hoe minder elaboratie” is hier dan ook bevestigd.

Van explicietheid van connectieven werd nergens effect op gevonden. Niet op de overtuiging. Hypothese 3a “Er zal een groter verschil zijn in overtuiging bij de expliciete connectieven dan bij de impliciete connectieven bij meer argumenten” is dan ook niet bevestigd.

Voor de invloed van expliciete connectieven op de mate van elaboratie was *thought listing* blijkbaar wel een goede meetmethode, want de presentatie bleek inderdaad van invloed te zijn op het aantal *thoughts* in de categorie hoge elaboratie.

en lezers namelijk méér *thoughts* dan bij had geen invloed op het aantal goede antwoorden op de tekstbegripvragen. Hypothese 4a “Expliciete connectieven zullen leiden tot minder elaboratie dan impliciete connectieven” moet dan ook verworpen worden.

Maar net als de meeste onderzoeken, had ook dit onderzoek een aantal beperkingen die van invloed kunnen zijn geweest op de resultaten en die vragen om nader onderzoek.

- Ten eerste was het experiment gekunsteld. Het blijft altijd de vraag of participanten hetzelfde gereageerd zouden hebben als het hen persoonlijk aan zou hebben gegaan. Ze gaven ook regelmatig aan dat ze de brief waarschijnlijk beter hadden gelezen als het echt om hun eigen claim was gegaan. Er moeten dus vraagtekens gezet worden bij de ecologische validiteit.
- Ten tweede is er maar één soort slecht nieuws in één context onderzocht. Om meer te kunnen generaliseren is het dus van belang dat er in de toekomst onderzoek gedaan wordt naar andere soorten slecht nieuws (bijvoorbeeld het iemand weigeren om een bepaalde hoeveelheid geld te lenen).
- Ten derde is er bij dit experiment maar één genre en één medium gebruikt om het slechte nieuws te brengen. Het kan zijn dat lezers anders reageren als zij dit slechte nieuws bijvoorbeeld via een e-mail zouden krijgen. Onderzoek hiernaar zou dan ook waardevol zijn.
- Als vierde en laatste kan het dan nog zijn dat de culturele achtergrond van de participanten de externe validiteit van de resultaten heeft beïnvloed. In dit onderzoek hadden de participanten een Nederlandse achtergrond, maar of deze resultaten ook gelden voor bijvoorbeeld internationale correspondentie is nog maar de vraag. Jansen en Janssen (aangeboden) zeggen dat er weinig bewijs is dat andere culturen anders zouden reageren, maar ik zet hier mijn vraagtekens bij net als Siegel (1991 in Jansen & Janssen aangeboden). Ook dit is een interessante invalshoek voor nader onderzoek.

Als ik naar de resultaten kijk, dan is het aannemelijk dat de participanten van dit onderzoek de brieven eerder centraal hebben verwerkt dan perifeer. Hiervoor heb ik twee sterke aanwijzingen. Ten eerste de overtuiging bij de verschillende brieven. De overtuiging nam het sterkst toe bij twee argumenten. Als de participanten perifeer verwerkt zouden hebben, dan zouden zij de vuistregel “Hoe meer, hoe beter” aangenomen hebben en zou er bij drie argumenten de grootste overtuiging zijn in plaats van bij twee. Ten tweede leidde het expliciteren van connectieven tot méér *thoughts*. In plaats van lager elaboreren, omdat alle verbanden op een presenteerblaadje werden aangereikt, gingen de participanten juist hoger elaboreren.

Vervolgens moet een aantal conclusies nader bekeken en verklaard worden. Als eerste de deels bevestigde hypothese 1a “Hoe meer argumenten, hoe beter”. Uit dit experiment kwam ongeveer hetzelfde resultaat als wat Jansen en Janssen (aangeboden) vonden, namelijk dat vooral het toevoegen van het tweede argument een positief effect heeft, maar dat een derde argument erbij niet voor veel verbetering zorgt. Dit kan voortkomen uit de individuele kracht van de argumenten. Het kan zijn dat lezers bij twee sterke argumenten denken: “Tja, tegen deze twee argumenten kan ik niet op”, maar bij een derde argument denken: “Denken ze dat ik de boel probeer te flessen?”, of “Dat ik mijn geld niet terug ga krijgen blijkt ook al uit de andere argumenten, nu weet ik het wel, wat een betuttelende brief”. Natuurlijk moeten we bij dit effect in het algemeen niet vergeten dat er maar op één afhankelijke variabele een effect werd gevonden, namelijk ‘kwaliteit van de onderbouwing’. Dit is dan wel weer een erg belangrijke variabele voor het accepteren van het antwoord van de verzekeringsmaatschappij.

Hypothese 3a dat er een groter verschil in overtuiging zou optreden bij expliciete connectieven dan bij impliciete connectieven is niet bevestigd, maar het tegenovergestelde is ook niet geconstateerd. Blijkbaar maakt het voor de lezers helemaal niet uit op welke manier de argumenten gepresenteerd worden. Hun overtuiging is er in ieder geval niet anders door.

Dan hypothese 4a, een expliciete presentatie leidt tot minder elaboratie. Deze hypothese werd in zijn geheel verworpen. Het tegendeel bleek waar te zijn in dit experiment: een expliciete presentatie leidde juist tot een hoge elaboratie. Blijkbaar

dan ik vooraf had verwacht en gingen zij argumenten niet lager elaboreren, maar juist hoger, omdat ze bijvoorbeeld erg benieuwd waren wat de redenen waren.

Ook de verschillen tussen mannen en vrouwen verdienen nog wat extra aandacht. Vooral de vrouwen bleken meer dan één argument positief te vinden. Hun overtuiging ging omhoog bij een tweede argument. Helaas was het niet mogelijk om te kijken hoe mannen reageerden op de brief zonder argumenten. Was dat wel mogelijk, dan had ik kunnen zien of het mannen echt om één argument gaat. Het verschil in overtuiging tussen de seksen kan voortkomen door algemene verschillen in karakter. Vrouwen zijn over het algemeen normatiever dan mannen. Mannen zijn eerder geneigd tegen de regels in te gaan. Hierdoor zou het kunnen zijn dat mannen een tweede en zeker een derde argument helemaal niet belangrijk vinden, omdat het voor hen toch niets verandert aan de situatie. Als vrouwen inderdaad normatiever zijn, dan hechten zij dus waarde aan meer dan één argument omdat dat wellicht is 'hoe het hoort' in hun ogen. Drie argumenten in een brief kan dan voor hen net wat teveel zijn van het goede.

Als laatste punt wil ik graag nog het meten van elaboratie onder de loep nemen. In dit experiment is die elaboratie op drie manieren gemeten (leestijd, aantal *thoughts*, en tekstbegripvragen). Vooraf was logischerwijs geredeneerd dat een langere leestijd, meer *thoughts* (zoals Petty & Cacioppo 1981 beweren) en meer goede antwoorden op de tekstbegripvragen zouden leiden tot een hogere elaboratie. Echter, tussen deze drie metingen bleek helemaal geen correlatie te bestaan. Omdat hier nog helemaal geen onderzoek naar is gedaan, kan hier op dit moment verder weinig over gezegd worden, maar het vraagt wel om nader onderzoek.

- Brown, P. & Levinson, S.C. (1978). Universals in Language Use: Politeness Phenomena. In: E. Goody (Red.) *Questions and Politeness: Strategies in Social Interaction*, pp. 61-88. London/Cambridge/New York: C.U.P.
- Brown, P. & Levinson, S.C. (1987). *Politeness. Some universals in language use*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cacioppo, John T. & Petty, Richard E. (1981) Social Psychological Procedures for Cognitive Response Assessment: The Thought-Listing Technique. Bekeken op 15 mei 2012, van <http://psychology.uchicago.edu/people/faculty/cacioppo/jtcreprints/cp81e.1.pdf>.
- Chaiken, S. (1980) Heuristic Versus Systematic Information Processing and the Use of Source Versus Message Cues in Persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology* 39, 5, p. 752-766.
- Goffman, E. (1955). On Face---Work: An Analysis of Ritual Elements in Social Interaction. *Psychiatry: Journal of Interpersonal Relations* 18:3, p. 213-231.
- Hoeken, H., Hornikx, J. & Hustinx, L. (2009). *Overtuigende Teksten*. Onderzoek en Ontwerp. Bussum: Uitgeverij Coutinho.
- Jansen, F. & Jansen, D. (2010) Effects of Positive Politeness Strategies in Business Letters. *Journal of Pragmatics*, 42, 2531-2548.
- Jansen, F. & Janssen, D. (2011) Effects of structural directness in bad news e-mails and voice mails. *Journal of Business Communication* (te verschijnen).
- Jansen, F. & Janssen, D. (aangeboden) Quantity cannot match quality. Effects of argumentation in bad news letters.
- Janssen, D. (Ed.) (2007) *Zakelijke Communicatie*. Groningen: Wolters Noordhoff.
- Kraf, R. & Pander Maat, H. (2009). Leesbaarheidsonderzoek: oude problemen, nieuwe kansen. *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, nr. 2 p. 97-123.
- Petty, R. E. & Cacioppo, J. T. (1984) The Effects of Involvement on Responses on Argument Quantity and Quality: Central and Peripheral Routes to Persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology* 46, 1, p. 69-81.
- Petty, R. E. & Wegener, D. T. (1999) The Elaboration Likelihood Model: Current Status and Controversies. In S. Chaiken & Y. Tropes (Eds.), *Dual Process Theories in Social Psychology* (p. 41-72) New York: Guilford Press.
- Stoker, Y.M.C. (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*. Bekeken op 14 mei 2012, van <http://igitur-archive.library.uu.nl.proxy.library.uu.nl/student-theses/2011-0906-200912/UUindex.html>.



PDF
Complete

*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

1. Onderzoekspakket
2. Ingevulde onderzoekspakketten