

Zorg voor begrip

Een kwalitatief onderzoek naar de begrijpelijkheid van
zorgverzekeringfolders

Kirsten Hogeboom

3114902

Universiteit Utrecht

Bestuur en Organiseringswetenschappen

Communicatie Beleid en Management

Eerste begeleider Drs. Elyse Walter

Tweede begeleider Drs. Iris van Veenendaal

Inleverdatum: 7 juni, te Utrecht

Voorwoord

Tegen het schrijven van een masterscriptie heb ik altijd enorm opgekeken. Een scriptie schrijven zag ik namelijk als een half jaar in je eentje op je kamer bezig zijn met maar één ding. De mensen die mij goed kennen zullen beamen dat alleen zijn en me focussen op maar één ding niet mijn favoriete bezigheid is.

Natuurlijk is het schrijven van een scriptie achteraf niet alleen samen te vatten als heel zwaar en eenzaam. Eigenlijk is het me over het algemeen meegevallen en gingen de maanden heel snel voorbij. Dat het is meegevallen komt natuurlijk grotendeels door de mensen die me afleiding en steun gaven. Ik wil daarvoor familie, huisgenoten en vrienden heel erg bedanken. Ook wil ik de medewerkers van 'Agis' bedanken die mij hebben geholpen bij het verkrijgen van het onderzoeksmateriaal. Daarnaast wil ik de respondenten van dit onderzoek danken voor de tijd en energie die ze hebben gestoken in het interview. Ten slotte wil ik mijn begeleiders Elyse Walter en Iris van Veenendaal bedanken. Ik heb tijdens het onderzoek de neiging gehad snel keuzes te maken. Dit komt omdat ik niet van onzekerheid houdt en snel keuzes maken helpt dan die onzekerheid te reduceren. Om mijn keuzes beter te onderbouwen stelde Elyse vragen en zorgde ervoor dat ik weer ging twijfelen. Meestal koos ik toch voor zelfde keuzes, maar het wikken en wegen heeft voor meer doordachte afwegingen gezorgd. De meer doordachte afwegingen hebben op hun beurt, hopelijk, voor een betere scriptie gezorgd.

Samenvatting

In dit kwalitatief onderzoek wordt de vraag beantwoord: 'In hoeverre wordt begrijpelijkheid als belangrijk ervaren voor een zorgverzekeringfolder en welke elementen dragen daar aan bij?'. De vraag richt zich op de wijze waarop de consumenten en makers betekenis geven aan begrijpelijkheid en wat de consumenten en makers vinden van de begrijpelijkheid van één specifieke folder. Bij de consumenten is onderscheid gemaakt tussen consumenten met lage en met hoge opleiding. Voordat de respondenten (consumenten en makers) bevroegd zijn, is een literatuurstudie gedaan. Hierin is gekeken waarom begrijpelijkheid belangrijk zou kunnen zijn voor een tekst. Voor de makers is de begrijpelijkheid van een tekst belangrijk aangezien de kwaliteit van de informatieoverdracht dan hoog is (Hetebrij, 2000, p.124). Vanuit de consumenten gezien is begrijpelijkheid belangrijk omdat het een essentieel onderdeel van het verwerkingsproces kan zijn (Hoeken, 1998, p.68). Wanneer de tekst via de centrale route verwerkt wordt, is begrip belangrijk. Wanneer de tekst via de perifere route verwerkt wordt, zijn perifere cues (bijvoorbeeld plaatjes) belangrijker dan begrip. Daarnaast is in de literatuurstudie gekeken welke elementen volgens de literatuur belangrijk zijn voor een begrijpelijke tekst. Op basis van deze literatuurstudie is een onderzoeksinstrument opgezet waarmee de begrijpelijkheidsanalyse van de folder is gemaakt. De begrijpelijkheidsanalyse was het eerste empirische gedeelte van het onderzoek, daarna volgden de interviews met de consumenten en de makers. Om het perspectief van de respondenten te onderzoeken is gebruikt gemaakt van de plus min methode, de hard op denk methode en een topic interview, omdat deze methodes de mogelijkheid bieden de gedachten van de respondenten over begrijpelijkheid bloot te leggen.

Op de vraag 'In hoeverre wordt begrijpelijkheid als belangrijk ervaren voor een zorgverzekeringfolder en welke elementen dragen daar aan bij?' kan geantwoord worden dat begrijpelijkheid door de literatuur, consumenten en makers heel belangrijk wordt gevonden. Een verzekering is een low interest product en lezers willen niet veel energie steken in het uitkiezen van een verzekering. Daarom moeten de lezers de folder snel kunnen begrijpen. Hiervoor is begrijpelijke taal nodig, makkelijke woorden, simpele zinnen en niet te veel tekst. Daarnaast willen de lezers geholpen worden bij hun keuze door overzicht in de folder en door aan de hand genomen te worden. Overzicht wordt volgens de respondenten gecreëerd door kopjes, inleidende alinea's, heldere opsommingen met herhalingen of conclusies, streamers (losse zinnen boven de tekst) en verwijzingen.

Weinig verschil is te zien in de eisen die de consumenten met lage en hoge opleiding aan de folder stelden. Beide groepen verstonden hetzelfde onder makkelijke taal en beide groepen wilden graag een overzichtelijke folder. Wel zijn twee andere verschillen gevonden. Ten eerste zijn de lager opgeleiden minder gemotiveerd om de hele folder te lezen. Dat lager opgeleiden minder gemotiveerd zijn in het verwerken van teksten is in overeenkomst met de bestaande literatuur over dit onderwerp (Pander Maat & Versteeg, 1994, p.4). Het tweede verschil is dat de lager opgeleiden minder goed kunnen aangeven wat ze niet begrijpelijk vinden. De hoger opgeleiden hadden meer commentaar op de folder, aangezien zij door hadden wanneer ze het niet begrepen, daarbij konden ze vaak ook aangeven wat de reden was waarom ze het niet begrepen. De lager opgeleiden dachten soms de tekst te begrijpen, maar bleken dat dan achteraf toch niet te doen. In de literatuur wordt dit de 'performance preference dissociation' genoemd (Claxton, 2005). Mensen hebben bewuste en onbewuste hersenactiviteiten: bij een evaluatie wordt gebruik gemaakt van de bewuste hersenactiviteiten en bij een prestatietest worden pas de onbewuste hersenactiviteiten duidelijk. Uit dit onderzoek blijkt dat de lager opgeleiden minder bewust zijn van hun hersenactiviteiten over de begrijpelijkheid van een tekst. Maar hier kan nog meer onderzoek naar gedaan worden.

Aan het einde van dit onderzoek zijn aanbevelingen gedaan voor de begrijpelijkheid van een zorgverzekeringfolder. Deze zijn te specifiek om hier te noemen, maar kunnen als volgt worden samengevat: 'Zorg voor begrip: begrijpelijke taal en begrijpelijke keuzes'.

Inhoudsopgave

Voorwoord	2
Samenvatting	3
1. Inleiding	7
1.1 Aanleiding en relevantie	7
1.2 Onderwerp en positionering	8
1.3 Doelstelling	9
1.4 Leeswijzer	9
2. Contexthoofdstuk	10
2.1 Inleiding	10
2.2 De zorgverleningmarkt	10
2.2.1 Maatschappelijke trends: privatisering en individualisme	10
2.3 De zorginkoopmarkt	11
2.3.1 De diagnose behandel combinatie	12
2.4 De zorgverzekeringmarkt	12
2.4.1 Inhoud van folder	12
2.4.2 Doel en doelgroep van de folder	12
3. Literatuurstudie	14
3.1 Inleiding	14
3.2 Kwaliteit van een tekst	14
3.3 Begrip en het verwerkingsproces	15
3.3.1 Het A3-model	15
3.4 Begrip	17
3.4.1 Drie modellen	17
3.4.2 Vergelijking	18
3.5 3 Antwoord deelvraag 1	19
3.6 Het meten van begrip	19
3.7 Elementen die de begrijpelijkheid vergroten	20
3.7.1 Stijl en begrijpelijkheid	20
3.7.2 Structuur en begrijpelijkheid	21
3.7.3 Vormgeving en begrijpelijkheid	23
3.7.4 Opleiding en begrijpelijkheid	24
4. Methode	26
4.1 Inleiding	26
4.2 Wetenschapsfilosofische positionering	26
4.3 Het onderzoeksmateriaal	28
4.4 De begrijpelijkheidsanalyse	28
4.4.1 het onderzoeksinstrument	29
4.4.2 De analyse	29
4.5 Interview met de consumenten	29
4.5.1 De hardop-denk methode en plus min methode	30
4.5.2 Het interview en de topiclijst	30
4.5.3 De consument respondenten	31

4.5.4 De pretest	32
4.5.5 De procedure	32
4.5.6 De afname	32
4.6 Interview met de makers	33
4.6.1 Het interview en de topiclijst	33
4.6.2 De respondenten	34
4.6.3 De afname	34
4.7 Analyse van interviews	34
5. Resultaten	35
5.1 De begrijpelijkheidsanalyse van de folder	35
5.1.1 Stijl	35
5.1.2 Structuur	36
5.1.3 Vormgeving	37
5.1.4 Antwoord deelvraag 2	38
5.2 Interviews consumenten	41
5.2.1 Oordeel folder	41
5.2.1.1 Het stappenplan	41
5.2.1.2 De opsommingen	41
5.2.1.3 Panels, services en websites van 'Agis'	42
5.2.1.4 De teksten over de basisverzekering en het eigen risico	43
5.2.1.5 Overgang teksten over 'Agis' naar het vergoedingenoverzicht	44
5.2.1.6 Het vergoedingenoverzicht	45
5.2.2 Relevantie	46
5.2.2.1 Het vergoedingenoverzicht meest relevant	46
5.2.3 Belang	46
5.2.3.1 Begrip het belangrijkste bij het maken van een keuze	46
5.2.4 Facetten van begrijpelijkheid	47
5.2.4.1 Talige elementen	47
5.2.4.2 Opbouw en vindbaarheid	47
5.2.5 Observaties	48
5.2.5.1 Leesinspanning	48
5.2.5.2 Effect kleine lettertjes	48
5.2.5.3 Koppeling met eigen mening	49
5.2.5.4 Begrijpen van de tekst	49
5.2.6 Antwoord deelvraag 3	50
5.3 Interviews makers	52
5.3.1 Facetten van begrijpelijkheid	52
5.3.1.1 Proces	52
5.3.1.2 Taal	52
5.3.1.3 Overzicht	53
5.3.1.4 Aandacht	53
5.3.2 Relevantie	54
5.3.2.1 Vergoedingenoverzicht meest relevant voor lezer	54
5.3.3 Belang van begrip	54
5.3.3.1 Begrip belangrijk	54
5.3.4 Evaluatie folder	55
5.3.4.1 De taal begrijpelijk maken en oordeel achteraf	55
5.3.4.2 De keuze vergemakkelijken en oordeel achteraf	56

5.3.5 Antwoord deelvraag 4	57
6. Conclusie en discussie	60
6.1 Conclusie	60
6.1.1 Facetten van begrijpelijkheid	60
6.1.2 Belang van begrip	61
6.1.3 Oordeel over de folder	61
6.1.4 Verschillen hoger en lager opgeleiden	64
6.1.5 Kortom	65
6.2 Discussie	65
6.2.1 Beperkingen en vervolgonderzoek	65
6.2.2 Aanbevelingen	66
7. Literatuurlijst	68

Bijlagen

cd-rom

1. Inleiding

1.1 Aanleiding en relevantie

In de zorgsector zijn de laatste jaren veel veranderingen geweest in onder andere het financieringssysteem, zo is de zorgsector overgegaan naar een gedeeltelijke vrije markt. Dit heeft gevolgen gehad voor de zorginstellingen zelf, maar ook voor de zorgverzekeraars. Op 1 januari 2006 is namelijk een wetswijziging opgetreden in het zorgverzekeringsstelsel. De zorgverzekeraars werden geprivatiseerd, hierdoor kunnen zorgverzekeraars concurreren met de zorgverzekeringen en de bijbehorende premies.

De wijzigingen die bij de zorgverzekeraars plaatsvonden, hebben gevolgen gehad voor de consumenten. De consumenten kunnen nu namelijk jaarlijks van zorgverzekering veranderen. Op 1 maart 2006 kregen consumenten twee maanden de tijd om het contract bij hun huidige zorgverzekeraar op te zeggen en vervolgens een contract bij een nieuwe zorgverzekeraar af te sluiten. Deze stelselwijziging heeft tot gevolg dat consumenten zelf moeten uitzoeken welke zorgverzekeraar bij hen past en hoeveel zekerheid ze in hun zorgverzekering willen. Van hen wordt verwacht dat ze verschillende informatiebronnen doorlezen en zelf een beslissing kunnen maken. De informatievoorziening is uitgebreid en bestaat onder andere uit folders, internetsites en reclames. Toch is het voor veel mensen een hele klus om een passende zorgverzekering uit te kiezen (Loos & Mante-Meijer, 2007, p.11).

In dit onderzoek wil ik kijken naar de begrijpelijkheid van zorgverzekeringsfolders. Consumenten blijken vaak bij de oude zorgverzekering te blijven en dus niet over te stappen, omdat de keuze erg moeilijk is. In de wir war van informatie weet men de weg niet meer, daar de informatie vaak onduidelijk is (Loos & Mante-Meijer, 2007, p.68). Wanneer de consumenten niet overstappen wordt de vrije markt niet optimaal benut, aangezien de zorgverzekeraars dan niet met elkaar hoeven te concurreren. Terwijl het beoogde doel van de vrije markt, zorg tegen een scherpere prijs (Van Leeuwen, 2005b, p.3), juist voor de consument voordelig zou zijn. Onderzoek naar de begrijpelijkheid van deze folders is zodoende maatschappelijk relevant omdat het begrijpelijker maken van de teksten de consumenten zou kunnen helpen een keuze te maken. Begrip kan immers een belangrijk onderdeel zijn om de tekst in de folder al dan niet te accepteren (Hoeken, 1998, p. 57). Als de burger meer gebruik gaat maken van de mogelijkheid tot overstappen, zouden zorgverzekeraars meer moeten concurreren en zou de vrije markt beter werken.

Dit onderzoek is daarnaast wetenschappelijk relevant. Veel artikelen zijn geschreven over de begrijpelijkheid van teksten. Dit is alleen meestal onderzocht met behulp van positivistisch onderzoek, waarbij vooraf criteria zijn vastgesteld (o.a. Stahl, 2003; Schwanenflugel & Stowe, 1989; Pander Maat & Lentz, 2009; Hyona, 2004; Ritchey, Schuster & Allen, 2008; Sanders, 2001; Carney & Levin, 2002; Gyselinck & Tardieu, 1999). In dit onderzoek wil ik aan de consumenten vragen wat ze van de begrijpelijkheid van de voorgelegde folder vinden. Daarnaast wil ik ze vragen wat ze belangrijk vinden voor de begrijpelijkheid van een folder. De methode, consumenten vragen naar hun eigen mening over begrijpelijkheid, voegt dus wellicht iets toe aan de discussie over begrijpelijkheid.

Daarnaast is in veel onderzoek naar begrijpelijkheid in teksten aandacht voor medicijnbijsluiters (Pander Maat & Lentz, 2009; Pander Maat & Versteeg, 1994), maar is er nog weinig onderzoek gedaan naar zorgverzekeringsfolders en begrijpelijkheid. Onderzoek naar de begrijpelijkheid van een zorgverzekeringsfolder is dus een toevoeging op de al onderzochte materialen.

1.2 Onderwerp en positionering

Het onderwerp van dit onderzoek is de begrijpelijkheid van de folder 'Zorg goed geregeld voor u' en de facetten van begrijpelijkheid van folders in het algemeen. Bij begrijpelijkheid van folders in het algemeen gaat het dus niet om de geselecteerde folder, maar om de betekenis van begrijpelijkheid van de tekst in willekeurige folders.

De hoofdvraag is:

In hoeverre wordt begrijpelijkheid als belangrijk ervaren voor een zorgverzekeringfolder en welke elementen dragen daar aan bij?

Eerst moet bekeken worden in hoeverre begrijpelijkheid volgens de literatuur een belangrijk onderdeel is voor een folder, hiervoor dient deelvraag één. De andere deelvragen zijn in tweeën gesplitst. De a-vragen zijn gericht op begrip in het algemeen en de b-vragen zijn gericht op begrijpelijkheid in de geselecteerde folder. De vragen twee tot en met vier behandelen ieder een andere invalshoek: die van de literatuur, de consumenten en de makers. Bij de consumenten maak ik onderscheid tussen consumenten met een hoge en met een lage opleiding. In de literatuur wordt namelijk verondersteld dat consumenten met een lage opleiding meer moeite hebben met het verwerken van een tekst dan consumenten met een hoge opleiding (Pander Maat & Versteeg, 1994, p.2). Zij zouden dus ook andere eisen aan de tekst in de folder kunnen hebben.

De deelvragen zijn:

- 1) *In hoeverre is de begrijpelijkheid van een folder volgens de literatuur belangrijk?*
- 2a) *Wat is volgens de literatuur een begrijpelijke folder?*
- 2b) *In hoeverre is de geselecteerde folder volgens de criteria opgesteld uit de literatuur begrijpelijk?*
- 3a) *Wat vinden consumenten, met hoge en lage opleiding, belangrijk voor de begrijpelijkheid van een folder?*
- 3b) *In hoeverre is de geselecteerde folder volgens consumenten met hoge en lage opleiding begrijpelijk?*
- 4a) *Wat vinden de makers van de folder belangrijk voor de begrijpelijkheid van een folder?*
- 4b) *In hoeverre is de geselecteerde folder volgens de makers begrijpelijk?*

In de conclusie zal ik bekijken of de mening van de respondenten over de facetten van begrijpelijkheid overeenkomt met hun oordeel over de folder. Hier zal ik dus een koppeling maken tussen de a- en b-vragen en zodoende de hoofdvraag beantwoorden.

Om mijn positie als onderzoeker inzichtelijk te maken, is het belangrijk te weten vanuit welk wetenschapsfilosofisch standpunt ik onderzoek doe. Hoe ik tot dit wetenschapsfilosofische standpunt ben gekomen, beschrijf ik uitgebreider in de methode van dit onderzoek (hoofdstuk 3). Mijn positie in dit onderzoek is interpretatief (Deetz, 1996, p.137). Dit betekent dat ik niet maar één waarheid heb ten aanzien van de definitie van begrijpelijkheid, maar ruimte geef voor mogelijke verschillen in de interpretaties van begrijpelijkheid. De definitie van begrijpelijkheid heb ik niet van tevoren zelf vastgesteld, maar was veranderbaar gedurende het onderzoek. Ik ben dus benieuwd naar hoe de verschillende partijen het begrip begrijpelijkheid interpreteren. De literatuur vormt slechts de werkdefinitie van begrijpelijkheid. Daarnaast geeft de literatuur ook elementen waarmee ik de

begrijpelijkheidsanalyse van de folder heb gemaakt. Vervolgens heb ik in interviews de interpretaties over begripelijkheid van de consumenten en makers onderzocht.

1.3 Doelstelling

Het doel van dit onderzoek is zicht te krijgen op de verschillende meningen over de begripelijkheid van de gekozen folder. Hiervoor analyseer ik zelf aan de hand van de literatuur de folder en evalueren de consumenten en makers de folder. Het tweede doel is de betekenis van begripelijkheid in het algemeen helder te krijgen vanuit de verschillende invalshoeken.

Als de verschillende meningen in kaart gebracht zijn kan ik zien welke elementen volgens de literatuur, consumenten en makers de folder begripelijk maken. Daarnaast weet ik dan van de verschillende partijen wat de vooronderstellingen over, en betekenissen van begripelijkheid zijn. Zo kan ik aanbevelingen geven over wat de burgers belangrijk vinden voor de begripelijkheid van een folder en hoe de geselecteerde folder begripelijker gemaakt kan worden.

1.4 Leeswijzer

Allereerst komt in hoofdstuk 2 een contextschets aan bod, waarin uitleg wordt gegeven over de verschillende markten in de zorgsector en de veranderingen die de afgelopen jaren hebben plaatsgevonden in het zorgstelsel.

In hoofdstuk 3 volgt de literatuurstudie, waarin aan de hand van de reeds bestaande literatuur over de verwerking van teksten en de rol van begrip daarbij, een antwoord wordt gegeven op de eerste deelvraag van dit onderzoek. Ook zal in dit hoofdstuk (paragraaf 3.7) gekeken worden welke elementen volgens de literatuur de begripelijkheid van een folder vergroten.

Vervolgens staat in hoofdstuk 4 de methode van het empirische gedeelte van het onderzoek. Hierin wordt de wijze van onderzoek, een combinatie van een begripelijkheidsanalyse en interviews, geoperationaliseerd. In dit hoofdstuk zal ik ook de keuzes voor het onderzoeksmateriaal, de respondenten en mijn wetenschapsfilosofisch positionering uitleggen.

In hoofdstuk 5 worden de resultaten van het onderzoek gepresenteerd. In paragraaf 5.1 staan de resultaten van de begripelijkheidsanalyse van de folder. Daarna zal ik in paragraaf 5.2 de resultaten van de interviews met de consumenten beschrijven. Hier kijk ik naar hun mening over begripelijkheid en naar de overeenkomsten en/of verschillen tussen de antwoorden van laag en hoog opgeleide consumenten. In paragraaf 5.3 zal ik de antwoorden van de makers bespreken. In hoofdstuk 5 zal dus het antwoord op deelvraag twee, drie en vier beantwoord worden.

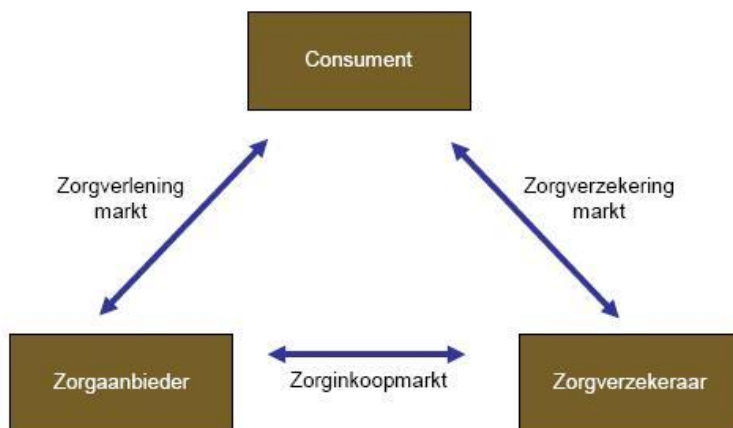
De vier deelvragen zijn de basis voor het antwoord op de hoofdvraag in de conclusie, hoofdstuk 6. In dit hoofdstuk bekijk ik of mijn verwachtingen zijn uitgekomen en vergelijk ik de resultaten met eerder onderzoek. Ten slotte volgt in dit hoofdstuk de discussie. Waarin ik de beperkingen van mijn onderzoek bespreek, suggesties doe voor vervolgonderzoek en aanbevelingen geef voor in de praktijk.

2. De zorgsector

2.1 Inleiding

De zorgsector bestaat uit verschillende markten (zie figuur 2.1). Deze verschillende markten vormen samen de context van dit onderzoek.

In de volgende paragraaf (2.2) zal ik beschrijven welke maatschappelijke trends zich afspelen op de zorgverleningmarkt en welke wijzigingen die met zich meebrengen. In paragraaf 2.3 zal ik laten zien wat die ontwikkelingen betekenen voor de zorginkoopmarkt en de zorgverzekeraars. In paragraaf 2.4 zal ik ingaan op de informatievoorziening op de zorgverzekeringmarkt. Deze laatste paragraaf gaat over de inhoud, het doel en de doelgroep van de folder die gekozen is in dit onderzoek.



Figuur 2.1: Markten in de zorgsector (Nederlandse zorgautoriteit, 2007)

2.2 De zorgverleningmarkt

Sinds enkele decennia ontwikkelt zich in de zorgsector een meer bedrijfsmatige financiering. Vanaf de Tweede Wereldoorlog tot aan begin jaren '70 heeft de overheid veel geld gestoken in de wederopbouw van Nederland. Ook aan de zorgsector werd veel geld besteed. Het geld werd gebruikt voor zowel meer capaciteit als diversiteit in de zorg. Toen in de jaren '70 het kostenpeil van de gezondheidszorg en van vele andere overheidssectoren te hoog opliep, is de overheid zich ervan bewust geworden dat de verzorgingstaat te veel geld kostte. Op onder andere het gebied van de gezondheidszorg kwamen bezuinigingen. Door budgettering en de Wet ziekenhuisvoorzieningen, een wet om de bestuurskosten inzichtelijk te maken, is geprobeerd de geldstroom te beheersen (Dorsten, 2005, p.15-17).

Vanaf de jaren '90 verschoof de functie van de overheid van beheersen naar toezicht houden. De zorgsector kreeg steeds meer marktwerking. Het doel hiervan is zorgaanbieders te prikkelen een goede kwaliteit ('zorg op maat') tegen een scherpe prijs ('kostenbeheersing') te laten leveren (Van Leeuwen, 2005b, p.3).

2.2.1 Maatschappelijke trends: privatisering en individualisme

In veel overheidssectoren is een maatschappelijke trend zichtbaar: het openbaar vervoer, de post, de telefonie en de energie zijn geprivatiseerd. Ook in de gezondheidszorg is de omslag naar een vrije markt gemaakt. De omslag naar een vrije markt is door de overheid ingezet om kosten te besparen (Dorsten, 2005, p.16), maar het nieuwe bekostigingssysteem heeft nog drie doelstellingen:

- 1) transparantie van het zorgaanbod: wie doet wat en tegen welke prijs;
- 2) prestatiebekostiging;
- 3) introductie van marktwerking: meer concurrentie (Ministerie van VWS, 2006, p.1).

Een vrije markt wil zeggen dat afnemers (klanten of patiënten) zelf kunnen kiezen met welke aanbieder men in zee gaat. Concurrentie is in de vrije markt een belangrijk element. De zorginstellingen zijn dan onderhevig aan marktwerking en hoeven niet meer automatisch op voldoende klanten te rekenen, want de klanten kunnen ook voor de concurrent kiezen (Van Leeuwen, 2005b, p.3).

Naast privatisering past ook een andere maatschappelijke trend bij de veranderingen in het zorgstelsel, namelijk de individualisering. Door de ontzuiling zijn de consumenten meer individualistisch geworden. Hun mening is niet meer afhankelijk van de instituties waaraan ze verbonden zijn, aangezien de burger nu van meer diverse informatiebronnen zijn mening kan vormen. Daarnaast kan iedereen door de komst van ICT over meer informatie en kennis beschikken. Doordat de consumenten meer kennis hebben, worden ze mondiger en daarmee ook veeleisender (Noordegraaf, 2008, p. 52-57). In een rapport van de Raad voor de Volksgezondheid & Zorg (2000) werd gezegd dat de Nederlandse consumenten in 2000 toe waren aan meer keuzevrijheid in de zorg en de zorgverzekering. In het nieuwe zorgstelsel is voor de burger ook meer keuzevrijheid (zie paragraaf 2.3). Door de privatiseringen kan de consument vanaf 1 april 2003 kan zelf kiezen bij welke instelling de zorg afgenomen wordt.

2.3 De zorginkoopmarkt

Ook tussen de zorgverzekeraar en de zorgaanbieder is sinds 1 januari 2006 een markt ontstaan: de zorginkoopmarkt. Vanaf 1 januari 2006 is er namelijk, zoals eerder genoemd, een nieuw zorgverzekeringstelsel in Nederland. Het stelsel is op te delen in drie compartimenten. In het eerste compartiment zitten de zware risico's. Dit zijn risico's die voor individuen onbetaalbaar zijn, zoals chronische aandoeningen en langdurige gezondheidszorg. Het eerste compartiment, de AWBZ genoemd, is een volksverzekering alle inwoners van Nederland zijn verplicht aan deze verzekering deel te nemen.

Het ziekenfonds, particuliere verzekeringen en de ambtenaarsregeling bestaan niet meer, maar daarvoor in de plaats is één basisverzekering gekomen die bij verschillende zorgverzekeraars afgesloten kan worden. Deze basisverzekering vormt het tweede compartiment. De vereniging Zorgverzekeraars Nederland (2010) beschrijft de basisverzekering als volgt: *“De inhoud van het basispakket is door de overheid wettelijk vastgesteld en voor iedereen hetzelfde. Het basispakket bevat alle noodzakelijke zorg zoals ziekenhuiszorg, medicijnen en huisartsenzorg. De hoogte van de premie verschilt per zorgverzekeraar”*. Ook deze verzekering moeten alle inwoners van Nederland verplicht afnemen. Bij welke zorgverzekeringsmaatschappij de verzekering afgesloten wordt is een vrije keuze.

In het derde compartiment zitten ten slotte alle aanvullende verzekeringen, die vrijwillig afgesloten kunnen worden bij verschillende zorgverzekeraars als aanvulling op de basiszorgverzekering (http://www.zn.nl/De_branche/Het_stelsel/Index.asp).

2.3.1 De diagnose behandel combinatie

Een maatregel die de zorginkoopmarkt veranderd heeft is de invoering van de diagnose behandel combinatie (DBC). In een DBC wordt vastgelegd hoe lang een behandeling of operatie duurt en welke prijs daarvoor betaald moet worden. Op deze manier wordt de kostprijs transparant en het controleren van de financiën wordt zo beter beheersbaar (Dorsten, 2005, p.20).

De zorgaanbieders en de zorgverzekeraars krijgen met de DBC's meer ruimte om naar eigen inzicht de zorg te organiseren. De overheid creëert hiervoor de randvoorwaarden. De zorginstelling en zorgverzekeraars kunnen bij een deel van de behandelingen zelf afwegen wat de prijs-kwaliteitverhouding van de DBC moet zijn. Er kan dus én met de prijs én met de kwaliteit van de DBC worden geconcurrereerd (Van Leeuwen, 2005a, p.11).

De zorginkoopmarkt is vernieuwd in het opzicht dat zorgverzekeraars bij verschillende zorgaanbieders de zorg in kunnen kopen. De verzekeraar heeft hierdoor een zekere macht bij het bepalen van de prijs van de DBC. Door de macht van de zorgverzekeraar wordt concurrentie tussen de zorginstellingen extra gestimuleerd (Van Leeuwen, 2005b, p.3).

2.4 De zorgverzekeringmarkt

De zorgverzekeringmarkt is veranderd omdat de verschillende verzekeraars met elkaar moeten concurreren. De invoering van de DBC's maakt dat de zorgverzekeraars met zorgaanbieders afspraken kunnen maken over de prijs en kwaliteit van de geleverde zorg. Zo kunnen verzekeraars verschillende premies handhaven en met die verschillende premies concurreren met andere zorgverzekeraars (Van Leeuwen, 2005a, p.11). De consument kan kiezen bij welke zorgverzekeraar hij zijn zorgverzekering afsluit, omdat hij de premies van verschillende zorgverzekeraars kan vergelijken. Deze afweging kan gemaakt worden met behulp van verschillende informatiebronnen, waaronder de folder. Voor dit onderzoek heb ik één folder gekozen (zie bijlage 1). Waarom ik voor deze folder heb gekozen wordt verantwoord in de methode (4.3). De inhoud, het doel en de doelgroep van de folder worden hieronder besproken.

2.4.1 Inhoud van folder

De folder 'Zorg goed geregeld voor u' bestaat uit 8 pagina's, inclusief voorkant en achterkant. Op de voorkant, pagina 1, staat de titel van de folder, een aantal plaatjes, het logo van 'Agis' en de tekst 'inclusief handig vergoedingsoverzicht'. Op de achterkant, pagina 8, staat contactinformatie. Wanneer de folder opgevouwen is, staan op de pagina 2 en 3 teksten over 'Agis' als zorgverzekeraar en staat een stappenplan voor het afsluiten van een juiste zorgverzekering. Het onderscheid tussen deze twee teksten is gemaakt door het stappenplan in een blauw kader te plaatsen. Op pagina 4 begint het vergoedingsoverzicht dat doorloopt tot pagina 7. Het vergoedingsoverzicht is als een soort schema weergegeven. Op pagina 4 staat naast het vergoedingsoverzicht ook andere informatie. Deze teksten gaan over een aanvullende tandartsverzekering en een vergoeding speciaal voor vrouwen. Ook deze twee teksten zijn in gekleurde kaders geplaatst. Onder deze kaders worden op een witte achtergrond een aantal basistermen uitgelegd (zie bijlage 1).

2.4.2 Doel en doelgroep van de folder

De folders zijn gemaakt voor die mensen die niet verzekerd zijn bij 'Agis' en bij hen een offerte opvragen. Het doel van de folder is volgens de makers een combinatie van informeren, overtuigen en uiteindelijk enthousiast maken voor het 'Agis' product. Uiteindelijk moeten de mensen een

verzekering afsluiten. De doelgroep heeft zelf de offerte opgevraagd dus de makers van de folder gaan er van uit dat men al enige interesse heeft. Bij mensen die ze ongevraagd post opsturen wordt een indringendere en meer overtuigende folder opgestuurd. De folder die ik ga analyseren wordt door de makers als neutraler ervaren, maar toch willen ze de doelgroep nog wel overtuigen.

De doelgroep die de folder ontvangt is zeer heterogeen. Qua leeftijd, opleiding, achtergrond, moedertaal en geslacht kunnen de mensen allemaal verschillen. Het enige dat overeenkomt is dat de doelgroep nog geen verzekering bij 'Agis' heeft.

3. Literatuurstudie

3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt onder andere een antwoord gegeven op de eerste deelvraag. Paragraaf 3.2 gaat over de kwaliteitseisen van een tekst. In paragraaf 3.3 en 3.4 van de literatuurstudie wordt gekeken hoe begrip zich verhoudt tot het keuze- en verwerkingsproces van een tekst. Hiervoor wordt een analyse gemaakt van de leidende theorieën over informatieve en overtuigende teksten. Ook wordt gekeken hoe volgens verschillende theorieën begrip tot stand komt. In paragraaf 3.5 wordt het antwoord op de eerste deelvraag gegeven. Hierna zal ik in paragraaf 3.6 uitleggen hoe onderzocht wordt of een tekst begrepen is, dit is belangrijk voor het begrijpen van de volgende paragraaf. In paragraaf 3.7 wordt namelijk gekeken welke elementen in een tekst leiden tot begrijpelijkheid. Dit leidt tot een onderzoeksinstrument (zie paragraaf 4.4.1) waarmee de folder in hoofdstuk 5 geanalyseerd wordt.

3.2 Kwaliteit van een tekst

In de loop der jaren zijn verschillende onderzoekers bezig geweest met de informatieoverdracht van zender naar ontvanger. Shannon en Weaver (1949) legden het begin van de communicatietheorie waarin duidelijk werd gemaakt dat een boodschap twee maal gecodeerd moet worden, namelijk eenmaal wanneer de zender zijn boodschap gaat verpakken en eenmaal wanneer de ontvanger de boodschap uitpakt. Het verpakken én het uitpakken van de boodschap heeft dus invloed op de kwaliteit van de informatieoverdracht. Wanneer het bij één van de twee mis gaat, kan miscommunicatie ontstaan. Om een informatieoverdracht (gesproken of geschreven) van hoge kwaliteit te krijgen, zijn volgens Hetebrij (2000, p.124) vier kwaliteitseisen belangrijk: relevantie, begrijpelijkheid, waarheid en juistheid. De zender moet tijdens het schrijven rekening houden met de relevantie van de tekst, dat betekent dat de schrijver de informatie belangrijk moet vinden voor de lezer. De ontvanger op zijn beurt vindt de informatie relevant als het aansluit bij zijn doelen (Hetebrij, 200, 121-124). Ten tweede moet de schrijver rekening houden met de begrijpelijkheid van de informatie. De schrijver moet inschatten wat voor de ontvanger begrijpelijk is, daarbij moet hij bepalen wat de voorkennis van de ontvanger zal zijn. Vooral wanneer geen directe feedback mogelijk is, is het inschatten van de voorkennis belangrijk, omdat dan niet direct om verduidelijking gevraagd kan worden. Ten derde moet de schrijver letten op de waarheid van de informatie. De informatie moet volgens de schrijver kloppen. Ten slotte moet de informatie juist zijn, dit ligt in het verlengde van de waarheid van de informatie, de waarheid moet met juiste argumenten onderbouwd worden, zodat de lezer ook zeker is van de waarheid van de informatie. Hetebrij (2000, p. 127) wijst op het verband van tussen deze vier kwaliteitseisen, wanneer de informatie niet relevant, waar of juist lijkt te zijn kan dit invloed hebben op de begrijpelijkheid van de tekst en andersom.

Een auteur die zich speciaal heeft gericht op informatieoverdracht in geschreven teksten is Renkema (1998). Hij zegt dat een tekst een goede kwaliteit heeft wanneer voldaan is aan correspondentie, consistentie en correctheid. Dit benoemt hij in het CCC-model (Renkema, 1998, p.29). De tekst scoort hoog op correspondentie wanneer het doel van de schrijver overeenkomt met het doel van de lezer. Wanneer de schrijver de keuzes die hij maakt doorvoert in de hele tekst, scoort de tekst hoog op consistentie. De tekst scoort ten slotte hoog op correctheid, wanneer de tekst correct geschreven is en juist onderbouwd is. Wanneer deze drie elementen alle drie hoog scoren is volgens Renkema (1998, p. 31) de tekst begrijpelijk.

Voor de makers is de begrijpelijkheid van de tekst dus belangrijk, aangezien de kwaliteit van de informatieoverdracht dan hoog is.

3.3 Begrip en het verwerkingsproces

Wanneer consumenten een keuze moeten maken uit verschillende zorgverzekeraars kunnen zij dit op verschillende manieren doen. Ze kunnen kiezen voor de zorgverzekeraar met de leukste reclame, het aan de burens vragen, maar ze kunnen ook alle voor- en nadelen van verschillende zorgverzekeraars en zorgverzekeringen op een rijtje zetten. Dit onderzoek gaat in op het keuzeproces van de consument wanneer hij een folder opvraagt om een zorgverzekering uit te zoeken. Zoals in het vorige hoofdstuk beschreven is, is de folder volgens de makers een combinatie van een informatieve en een persuasieve tekst. Het doel van de folder volgens de makers, bepaalt het karakter van de tekst (Hoeken, 1998, p.15). Aangezien de folder een combinatie is van een informatieve en persuasieve tekst, wordt deze gecategoriseerd als een sturende informatieve tekst (Hoeken, 1998, p.17). Een sturende informatieve tekst wordt door de lezers hetzelfde verwerkt als een persuasieve tekst (Hoeken, 1998, p.17). Daarom behandel ik in dit onderzoek theorie over het verwerkingsproces van de persuasieve tekst.

3.3.1 Het A3-model

Verschillende theorieën zijn geschreven over het verwerkingsproces van de persuasieve tekst. McGuire (1968: in Hoeken, 1998, p.55) beschrijft in het informatieverwerkingsparadigma hoe een persuasieve tekst verwerkt wordt. In deze theorie zijn aandacht, afweging en acceptatie belangrijke deelprocessen. De deelprocessen aandacht, afweging en acceptatie volgen elkaar in de tijd. Dat betekent dat aan het deelproces aandacht voldaan moet zijn, voordat men de argumenten kan afwegen. Tevens moet men eerst de argumenten afwegen om het standpunt te kunnen accepteren. Volgens McGuire (1968: in Hoeken, 1998, p.69) is begrip van de argumenten dus een noodzakelijke voorwaarde om tot acceptatie van een tekst te komen. Hierop is kritiek gekomen van Petty & Cacioppo (1981: in Hoeken, 1998, p.65) en Chaiken (1980: in Hoeken, 1998, p.65). Zij leggen deze kritiek uit met het Elaboration Likelihood Model (Petty & Cacioppo, 1981) en het Heuristic-Systematic Model (Chaiken, 1980). Dit zijn dual-process modellen omdat ze beide uitgaan van twee mogelijke routes om tot acceptatie te komen: de centrale route en de perifere route. Het accepteren van een standpunt via de centrale route gaat volgens zorgvuldige afweging van de argumenten. De lezers moeten om de argumenten af te wegen wel de capaciteit hebben, gemotiveerd zijn en in de gelegenheid zijn. Via de perifere route accepteert men het standpunt door vuistregels, perifere cues (elementen die positieve gevoelens naar boven halen) of waardering van de tekst. De dual-process modellen geven aan dat begrip van de argumenten niet noodzakelijk is om het standpunt van een tekst te accepteren, wanneer men de tekst verwerkt volgens de perifere route (Hoeken, 1998, p.69). In het Elaboration Likelihood Model (ELM) en Heuristic-Systematic Model (HSM) wordt vooral aandacht besteed aan de processen afweging en acceptatie, aandacht wordt in dit model buiten beschouwing gelaten.

Een model dat deze twee theorieën combineert, is van Hoeken (1998). Hij gebruikt het informatieverwerkingsparadigma van McGuire als basis voor zijn A3-model en vult het aan met de twee routes om tot acceptatie te komen. De argumenten hoeven volgens Hoeken (1998) dus niet per se afgewogen te worden om tot acceptatie van de tekst te komen. Het A3-model gaat in op drie beslissingen die lezer (impliciet) neemt wanneer hij een tekst leest. Geef ik de tekst aandacht?, Ga ik de argumenten afwegen? en Ga ik het standpunt accepteren? (Hoeken, 1998, p.103-109). Omdat

deze theorie het meest volledig is, gebruik ik deze in dit onderzoek.

Of aandacht gegeven wordt aan een tekst hangt af van hoe interessant een tekst voor de lezer is. De interessantheid wordt bepaald door een aantal factoren: *“De interessantheid hangt af van de voorkennis, de consequentiebetrokkenheid en de waardebetrokkenheid bij de lezer.”* (Hoeken, 1998, p.104). Voor een interessante tekst moet de tekst aansluiten bij de voorkennis van de lezer, maar mag de tekst niet volledig overeenkomen met de voorkennis. De mate waarin de tekst ingrijpende gevolgen heeft voor de lezer bepaalt de consequentiebetrokkenheid. Wanneer de lezer consequentiebetrokken is bij de tekst is de tekst interessanter. Ten slotte is de mate waarin de waarden van de lezer overeenkomen met de waarden van de tekst bepalend voor de interessantheid. Als de tekst waarden noemt die de lezer ook heeft is de tekst interessant om te lezen. Wanneer de waarden overeenkomen met de attitudes van de lezer stijgt de interessantheid van de tekst, wanneer de waarden afwijken, daalt de interessantheid van de tekst. Als de tekst waarden noemt waar de lezer niets mee heeft, wordt de interessantheid niet beïnvloed. De drie factoren - voorkennis, consequentiebetrokkenheid en waardebetrokkenheid - vormen vervolgens samen de afweging of de tekst interessant genoeg is om aandacht te krijgen.

Als de tekst eenmaal de aandacht getrokken heeft kunnen de argumenten afgewogen worden. Er zijn twee factoren die bepalen of de lezer argumenten zorgvuldig afweegt: het voldoende zekerheid principe en het minste moeite principe. Bij het eerste principe willen de lezers veel energie steken in het afwegen van de argumenten omdat ze er zeker van willen zijn dat hun houding correct is. Als het onderwerp van de tekst belangrijke consequenties heeft voor de lezer, is de lezer dus meer geneigd de argumenten af te wegen. Als het standpunt in een neutraal gebied valt, is de lezer ook meer geneigd het standpunt kritisch af te wegen, omdat ze er nog geen mening over hebben. Het tweede principe zegt dat lezers meer geneigd zijn om argumenten af te wegen wanneer het hen zo min mogelijk moeite kost. Een belangrijke factor hierbij is voorkennis. Wanneer de lezer voorkennis heeft over het onderwerp daalt de energie die ervoor nodig is de argumenten af te wegen. Aangezien lezers (volgens principe twee) zo min mogelijk energie steken in het afwegen van argumenten, neigen lezers met voorkennis dus meer naar zorgvuldige afweging van de argumenten. Vervolgens moet gekeken worden of er meer energie nodig is voor een zorgvuldige afweging van de argumenten dan de lezer wil spenderen op basis van de gewenste zekerheid over de correctheid van de attitude. Is dit niet zo dan zal de lezer de argumenten afwegen. Is er wel meer energie nodig dan de lezer wil spenderen dan zal de lezer de argumenten niet zorgvuldig afwegen.

Het accepteren van het standpunt is volgens Hoeken (1998, p.107) afhankelijk van twee factoren. De aard van het oordeel en de zekerheid van het oordeel. De positieve of negatieve reactie na het centraal of perifeer verwerken van de tekst bepaalt de aard van het oordeel. Bij een positieve reactie is het standpunt correct. Bij een negatieve reactie is het standpunt incorrect. De manier waarop de tekst verwerkt is, centraal of perifeer, bepaalt vervolgens de zekerheid over het standpunt. Wanneer de tekst centraal verwerkt is, neemt de zekerheid over het oordeel toe. Wanneer de tekst perifeer verwerkt is, neemt de zekerheid over het oordeel af. Als de lezer al een mening over het onderwerp heeft, neemt hij die mening ook mee in het acceptatieproces. Het standpunt van de tekst wordt alleen overgenomen als de correctheid van dat standpunt groter lijkt dan de correctheid van hun eigen standpunt. Dit zelfde geldt voor de mate van zorgvuldige afweging. Als het standpunt wat de lezer had niet zo zorgvuldig afgewogen is, is het makkelijker te veranderen.

Uit het A3-model van Hoeken (1998) komen dus een aantal stappen die gemaakt moeten worden voordat de lezer een tekst kan verwerken. Hij moet de tekst aandacht geven, de standpunten afwegen en al dan niet accepteren. Voor de acceptatie geeft het A3-model een

belangrijke onderscheiding. Er zijn twee manieren om tot acceptatie te komen, via centrale en via perifere route. Via de centrale route wordt eerst de tekst afgewogen, daarvoor is begrip van de argumenten noodzakelijk. Via de perifere route niet, daar de argumenten niet afgewogen worden, maar perifere cues (bijvoorbeeld plaatjes) leiden tot acceptatie. In dit onderzoek is het dus belangrijk te onderzoeken of de lezers de tekst via de centrale of perifere route verwerken. Want vooral bij de centrale route is begrip van groot belang (Hoeken, 1998, p.68). Mijn verwachting is dat men om een beslissing te maken de argumenten gaat afwegen, hierbij is begrip dus erg belangrijk. In de volgende paragraaf wordt daarom ingezoomd op hoe het begrijpen van een tekst werkt. Of de respondenten het afwegen van de argumenten en begrip van de tekst inderdaad belangrijk vinden zal ik bevragen in het interview.

3.4 Begrip

Mensen begrijpen een tekst wanneer zij in staat zijn een mentale representatie te maken die in overeenstemming is met de informatie uit de tekst. De informatie in die representatie heeft samenhang en bestaat niet uit losse woorden en zinnen, maar uit een soort samenvatting van de tekst (Hoeken, 1998, p.72).

3.4.1 Drie modellen

Er zijn verschillende theorieën over hoe tekstbegrip tot stand komt. In deze paragraaf behandel ik drie belangrijke modellen. Het eerste model is het taalverwerkingsysteem (Hoeken, 1998). Om een tekst te kunnen begrijpen wordt aanspraak gemaakt op drie verschillende cognitieve processen. Het taalverwerkingsysteem (Hoeken, 1998, p.72) laat zien op welke systemen deze verschillende cognitieve processen aanspraak doen. De eerste stap is het herkennen van de letters die de woorden vormen. Het gaat hierbij alleen om de perceptie van de woorden, het perceptueel systeem wordt hierbij gebruikt (Hoeken, 1998, p.72). Vervolgens moet men de relatie van de woorden en zinnen met elkaar begrijpen, hiervoor wordt aanspraak gedaan op het begripssysteem. In het begripssysteem vinden drie processen plaats. De woorden worden herkend, de zinsstructuur wordt geanalyseerd en de relaties tussen de zinsdelen worden gelegd (Hoeken, 1998, p.73). Ten slotte wordt op het derde systeem, het conceptueel systeem, aanspraak gemaakt. Hierin wordt een tekstrepresentatie gemaakt met informatie die niet in de tekst staat. De gelezen tekst moet als geheel begrepen worden en ingepast en aangevuld worden met de kennis die de lezer al heeft, de zogenaamde wereldkennis (Hoeken, 1998, 73).

Het tweede model is het informatieverwerkingsysteem (Sanders & van Wijk, 2002, p.46). Dit model richt zich zowel op de productie als op de verwerking van taal. Ik zal hier alleen de verwerking van taal behandelen, aangezien het onderzoek over het begrijpen van een al geproduceerde tekst gaat. Ook deze theorie maakt onderscheid in drie verschillende processen. Eerst moet de lezer de tekst waarnemen, dit gaat door sensorische activiteiten. De lezer kan om woorden waar te nemen patronen herkennen, dit zijn patronen over woord- en klankbeelden zoals sch, eeuw, oe, eau. Deze letters worden als gehelen herkend en met andere letters steeds nieuwe woorden. Vervolgens moeten de waargenomen woorden gedecodeerd worden. De betekenissen van het woord, de grammaticale kenmerken en de manier waarop je het uitspreekt worden dan uit het mentale lexicon naar boven gehaald. Ten slotte moet de tekst begrepen worden, in dit proces worden de woorden en zinnen verbonden met elkaar (het micro-proces) en met de wereldkennis en tekstconventies (macro-proces) (Sanders & van Wijk, 2002, p.47).

Het derde model ten slotte is het tekstbegripmodel (Kintsch, 2004, p. 1285). Wanneer lezers

een tekst proberen te begrijpen vormen zij altijd een cognitieve tekstrepresentatie, dit is een beeld van de gelezen tekst in de vorm van een soort afbeelding. Deze afbeelding wordt duidelijker naarmate de tekst beter verwerkt is. Om de tekst te verwerken moet de lezer drie niveaus van tekstrepresentatie doorkopen. Op het eerste niveau moet de lezer een oppervlaktestructuur maken, hierin wordt de zin ontleed (Kintsch, 2004, p.1286). De woorden ondergaan een semantische en een syntactische analyse, dit betekent dat gekeken wordt welke relaties tussen de woorden aanwezig zijn en welke grammaticale betekenis het woord heeft. Daarna volgt het tweede niveau, de betekenisrepresentatie, hierin worden de woorden geïnterpreteerd en worden de verbindingen tussen de woorden gelegd (Kintsch, 2004, p.1289). Op deze manier worden betekenisvolle zinnen geconstrueerd. Op het tweede niveau heeft de zin dus al een betekenis. Het derde niveau zorgt voor nog beter begrip, op het situationele representatieniveau worden de zinnen namelijk in verband gebracht met de wereldkennis, voorkennis van de lezer en contextuele kennis van de tekst (Kintsch, 2004, p.1284).

3.4.2 Vergelijking

De bovenstaande modellen hebben allemaal net ergens anders de nadruk liggen, maar onderscheiden toch allemaal dezelfde stappen.

In het taalverwerkingsysteem van Hoeken (1998, p.72) wordt onderscheid gemaakt tussen het perceptueel systeem, begripssysteem en het conceptueel systeem. In het informatieverwerkingsysteem van Sanders & van Wijk (2002, p.46) worden de processen fysieke, talige, conceptuele processen genoemd. In het tekstbegripmodel van Kintsch (2004, p.1285) wordt onderscheid gemaakt op oppervlakte, betekenis en situationeel niveau. Behalve dat de namen anders zijn, is er ook onduidelijkheid over in welke stap de vertaalslagen van betekenisloze woorden en zinnen en teksten naar betekenisvolle woorden en zinnen en teksten worden gemaakt. Volgens Hoeken (1998, 72-73) worden betekenisvolle woorden en zinnen in de tweede stap gemaakt. In de derde stap wordt de tekst als geheel betekenisvol. Sanders & van Wijk (2002, p.50) zeggen dat in stap twee alleen de woorden en zinstructuur herkend worden. De relaties binnen de zin en binnen de tekst als geheel worden pas in stap drie gelegd. Kintsch (2004, p.1279-1285) zegt dat in de eerste stap al de grammaticale en relationele analyse gemaakt worden. In de tweede stap komt pas het begrip van de woorden en worden dus betekenisvolle zinnen gemaakt. In de derde stap wordt de tekst als geheel betekenisvol.

Een verklaring waarom de drie theorieën het niet eens zijn over in welke stap de vertaalslagen naar betekenisvolle woorden, zinnen en teksten gemaakt worden, kan zijn omdat er interactie tussen de verschillende processen bestaat (Sanders & van Wijk, 2002, p.53-54). Het eerste proces hoeft nog niet af te zijn voordat het tweede proces begint. De verschillende processen hebben wel een hiërarchische relatie tot elkaar: het eerste proces is een voorwaarde voor het tweede proces en het tweede proces een voorwaarde voor het derde proces. De processen moeten gestart, maar niet afgemaakt zijn voordat de volgende begint. Daardoor is het wellicht ook niet helemaal duidelijk te zeggen in welk gedeelte precies de desbetreffende vertaalslag gemaakt wordt.

Wat de drie theorieën gemeen hebben is dat ze onderscheid maken tussen drie processen. De letters en woorden moeten herkend en begrepen worden, de zinnen moeten herkend en begrepen worden, en de tekst als geheel moet herkend en begrepen worden met behulp van wereldkennis. Deze drie processen wil ik dan ook als belangrijke deelprocessen benoemen in het proces van het begrijpen van een tekst. In deze drie processen kan het begrijpen van de folder dan ook problemen opleveren.

3.5 Antwoord deelvraag 1

Deelvraag 1 is: 'In hoeverre is de begrijpelijkheid van een folder volgens de literatuur belangrijk?'. In hoeverre begrijpelijkheid belangrijk is voor het verwerken van een folder, kan bekeken worden vanuit verschillende invalshoeken. Vanuit de makers gezien is de begrijpelijkheid van een tekst belangrijk omdat de kwaliteit van de informatieoverdracht dan hoog is. Vanuit de consumenten gezien is begrijpelijkheid belangrijk omdat het een essentieel onderdeel van het verwerkingsproces kan zijn (Hoeken, 1998, p.68). Lezers verwerken een persuasieve tekst volgens het A3-model. Dit betekent dat een tekst aandacht moet krijgen, argumenten afgewogen moeten worden en ten slotte al dan niet geaccepteerd moet worden (Hoeken, 1998, p.57). Het accepteren van een tekst kan op twee manieren: via de centrale en de perifere methode. Bij de centrale route is begrip van de tekst een essentieel onderdeel van het acceptatie proces. Mijn verwachting is dat de lezers de argumenten of voor- en nadelen af willen wegen, dus dat ze de tekst verwerken via de centrale route. Of dit echt zo is wordt onderzocht in het interview.

Om een tekst te begrijpen moeten drie verschillende processen doorlopen worden. De letters en woorden in een tekst moeten herkend en begrepen worden, de zinnen moeten herkend en begrepen worden en de tekst als geheel moet herkend en begrepen worden met behulp van wereldkennis.

3.6 Het meten van begrip

Om begrip te meten worden verschillende onderzoeksmethoden gebruikt. Er kan onderscheid gemaakt worden in twee categorieën. De eerste categorie richt zich op de processen die zich afspelen tijdens het lezen. De tweede categorie richt zich op het eindproduct van het lezen. Deze twee categorieën worden respectievelijk on-line en off-line methoden genoemd (Sanders & van Wijk, 2002, p.57). On-line onderzoeksmethoden zijn onder andere het registreren van leestijden, oogbewegingen en hersenactiviteit. Het meten van begrip gaat dus bij de on-line methoden over hoe lang het duurt om de tekst te verwerken en hoeveel cognitieve energie het kost. Als de verwerking langer duurt, is de cognitieve energie die gebruikt wordt hoger. Soms wordt het gebruiken van meer cognitieve energie gezien als een indicatie dat de tekst slecht begrijpbaar is, soms wordt het gebruikt als indicatie dat de tekst goed begrijpbaar is. Dit hangt af van de combinatie met een off-line methode. Off-line onderzoeksmethoden zijn onder andere tekstbegripvragen, reproduceren en samenvatten. Bij de off-line methoden gaat het dus om hoeveel onthouden wordt. Wanneer uit de on-line methode wordt opgemaakt dat de cognitieve energie om de tekst te verwerken hoog is en uit de off-line methode komt dat er veel wordt onthouden, dan heeft de hoge cognitieve energie ervoor gezorgd dat het beter onthouden is: de tekst is dan goed begrijpelijk. Wanneer weinig informatie onthouden wordt terwijl de cognitieve energie hoog is, heeft de hoge cognitieve energie geen positieve invloed gehad op het onthouden van de tekst en komt de tekst als minder begrijpelijk uit het onderzoek. De off-line methode geeft betekenis aan de informatie die uit de on-line methode komt, daarom wordt vaak gebruikt gemaakt van een combinatie tussen on-line en off-line methoden om begrip te meten (Bos-Aanen, Sanders & Lentz, 2001, p.49).

3.7 Elementen die de begrijpelijkheid vergroten

In deze paragraaf zal ik bespreken welke elementen volgens de literatuur de begrijpelijkheid van een tekst vergroten. Tijdens het lezen van een tekst kunnen verschillende factoren invloed hebben op het begrip van de tekst. Deze factoren zijn onder te verdelen in tekst- en in lezerskenmerken (Bos-Aanen, Sanders & Lentz, 2001, p.9). De tekstkenmerken zijn elementen van de tekst die het lezen beïnvloeden, dit zijn de stijl, vorm en structuur van de tekst. Deze drie tekstkenmerken zal ik dan ook bespreken.

De lezerskenmerken zijn kenmerken van de lezers die het leesproces kunnen beïnvloeden. Dit kunnen verschillende dingen zijn, Bos-Aanen, Sanders & Lentz (2001, p.10) noemen bijvoorbeeld: de kennis van de taal en de interesse waarmee lezers lezen. Ik zal gaan kijken naar een ander kenmerk van de lezer, namelijk opleiding. Opleiding is een kenmerk van de lezer dat het leesproces kan beïnvloeden. Het opleidingsniveau van de lezer heeft volgens onderzoek namelijk invloed op het verwerkingsproces van een tekst (Pander Maat & Versteeg, 1994, p.2). In de methode wordt de verantwoording over het lezerskenmerk opleiding uitgebreider uiteengezet (zie paragraaf 4.5.3).

Van de tekst- en lezerskenmerken zal ik nagaan wat volgens de literatuur elementen zijn die begrijpelijkheid bevorderen. Aan het einde van elk kenmerk zal ik een aantal vragen opstellen. Deze vragen gebruik ik als onderzoeksinstrument (zie paragraaf 4.4.1) om de folder mee te analyseren.

3.7.1 Stijl en begrijpelijkheid

Eén van de aspecten die in dit onderzoek in relatie wordt gebracht met de begrijpelijkheid van een tekst is de stijl. Stijl is volgens Burger & De Jong (2009, p.23) de keuze die een schrijver maakt uit de mogelijke formuleringen om zijn gedachte vorm te geven. Onder stijl vallen onder andere de woordkeuze en de zinsbouw.

De relatie tussen vocabulaire en de begrijpelijkheid van een tekst is sterk. Woordherkenning is namelijk volgens sommige onderzoekers de beste voorspeller van begrijpelijkheid van de tekst (Carver, 1999 in: Stahl, 2003, p.241). Om de begrijpelijkheid van een tekst te voorspellen bestaan formules, waarbij de hoeveelheid moeilijke woorden wordt vermenigvuldigd met de zinslengte. Op deze manier kan men uitrekenen hoe moeilijk een tekst is. Volgens deze formules is de tekst beter te begrijpen, als men de woorden herkent. Het vervangen van moeilijke woorden door synoniemen zou dus helpen bij de begrijpelijkheid (Freebody & Anderson, 1983, p.291; Stahl, Jacobson, Davis & Davis, 1989, p.40). Naast het gebruik van moeilijke woorden, maken ook vaktermen een tekst minder begrijpelijk, het advies luidt deze te bewaren voor vakmensen of de termen uit te leggen (Staal, 1992 in: Burger & De Jong, 2009, p.122-123). Andere auteurs zeggen juist dat het reduceren van moeilijke woorden niet altijd leidt tot een begrijpelijke tekst. Want op zichzelf begrijpelijke woorden kunnen in combinatie met andere woorden toch moeilijk zijn (Stahl, 2003, p.245).

Ook andere onderzoeken spreken de eenduidigheid van de formules tegen. In onderzoek van Schwanenflugel & Schoben (1983) is gekeken hoe verschillende soorten woorden, concrete en abstracte, leiden tot begrijpelijkheid. Deze onderzoekers concluderen dat concrete woorden makkelijker te begrijpen zijn dan abstracte woorden. Het begrijpen van de concrete woorden gaat namelijk sneller, door dat deze woorden direct toegankelijk mentaal beeld oproepen. Hierdoor is het makkelijker een representatie van de tekst te maken (Schwanenflugel & Schoben, 1983, p.91).

Schwanenflugel & Stowe (1989) hebben gekeken of het verschil in begrijpelijkheid tussen abstracte en concrete woorden nog steeds optreedt wanneer er een betekenisvolle zin rondom de woorden staat. Uit het onderzoek kwam dat wanneer er een contextrijke zin om de concrete of

abstracte woorden stond dat dan concrete en abstracte woorden even goed begrijpbaar zijn (Schwanenflugel & Stowe, 1989, p.120). De relatie tussen concrete en abstracte woorden en de begrijpelijkheid van een tekst wordt door Schwanenflugel & Stowe (1989) dus gespecificeerd.

Een ander element dat onder stijl valt is de zinsbouw. Ook zinnen kunnen abstract of concreet geschreven worden. Burger & De Jong (2009, p.61) onderscheiden twee soorten zinnen: zinnen met naamwoordstijl en zinnen met werkwoordstijl. In zin één wordt werkwoordstijl gebruikt, in zin twee naamwoordstijl.

1) De medewerkers van de verzekeraar sluiten de verzekeringen af met veel precisie.

2) De verzekeringafsluiting wordt gedaan met veel precisie.

In zin één worden de mensen genoemd die de handeling uitvoeren en wordt een werkwoord gebruikt om te laten zien wat ze doen. In zin twee is het werkwoord een zelfstandig naamwoord geworden. De tweede zin is abstracter omdat de handelende persoon naar achter verdwijnt. Burger & de Jong (2009, p.64) zeggen dat onnodige naamwoordstijl zinnen niet gebruikt moeten worden als de zin er nodeloos abstract van wordt, wel wanneer het strategisch van belang is de handelende persoon op de achtergrond te plaatsen. Van beide zinnen wordt wel evenveel onthouden, maar lezers hebben langer de tijd nodig om zinnen met naamwoordstijl te verwerken. Het begrip van de tekst gaat dus langzamer wanneer er onnodig naamwoordstijl wordt gebruikt.

Om een tekst begrijpelijk te maken is het ook belangrijk rekening te houden met woorden die grammaticaal bij elkaar horen. Wanneer deze woorden ver uit elkaar staan spreken we van tangconstructies. In deze zinnen staat er veel informatie tussen de woorden die grammaticaal bij elkaar horen, de aandacht voor deze 'beknelde informatie' neemt dan af. De lezers moeten teveel onthouden, hierdoor raakt hun korte termijn geheugen overbelast en moeten ze de zin meerdere keren lezen voordat hij begrepen wordt. Het advies van Renkema (1989 in: Burger & De Jong, 2009, p.135) is de beknelde informatie naar achteren in de zin te verplaatsen, zodat de woorden die grammaticaal bij elkaar horen weer bij elkaar staan.

De vragen voor stijl en begrijpelijkheid die in de literatuur naar voren zijn gekomen zijn:

- Staan er moeilijke woorden / vaktermen in de tekst die uitgelegd kunnen worden of vervangen kunnen worden door makkelijkere synoniemen?
- Staan er abstracte woorden in de tekst?
- Staan er betekenisvolle woorden om de abstracte woorden?
- Wordt er werkwoordstijl gebruikt?
- Staan woorden die grammaticaal bij elkaar horen bij elkaar?

Deze vragen worden gebruikt bij de begrijpelijkheidsanalyse.

3.7.2 Structuur en begrijpelijkheid

Structuur is een belangrijk aspect voor de begrijpelijkheid van een tekst. Volgens de literatuur kunnen verschillende elementen de structuur duidelijk maken en daarmee de begrijpelijkheid van de tekst verbeteren.

Uit onderzoek is gebleken dat kopjes boven de alinea de lezer steun geven bij het begrijpen van de tekst. Zo begrijpen mensen die kopjes boven hun tekst hebben staan de tekst sneller dan wanneer er geen kopje boven de tekst staat (Hyona & Lorch, 2004, p.147). Hyona & Lorch trokken deze conclusies naar aanleiding van een experiment waarin ze de aanwezigheid van kopjes manipuleerden. Vervolgens werd gekeken naar de oogfixatie tijdens het lezen van de tekst. Bij de tekst zonder kopjes moesten de lezers vaker terug kijken, daardoor duurde het langer voordat ze de

tekst begrepen. Daarnaast konden de respondenten de teksten zonder kopjes minder lang onthouden.

Wat er vervolgens in die kopjes staat is erg belangrijk. Ritchey, Schuster & Allen (2008) onderzochten met welke kopjes meer van de tekst onthouden werd. De gemanipuleerde variabele was of wel of geen informatie over het hoofdtopic in het kopje stond. Wanneer de kopjes wel informatie bevatten over het hoofdtopic van de tekst werd de belangrijke informatie uit de tekst beter onthouden dan wanneer de kopjes geen informatie bevatten over het hoofdtopic van de tekst. De onbelangrijke informatie van de tekst werd bij beide even goed onthouden. Kopjes met informatie over het hoofdtopic van de tekst vergroten dus de begrijpelijkheid (Ritchey, Schuster & Allen, 2008, p.869)

Ten slotte is de afstand van de kopjes in relatie tot de belangrijke informatie in de tekst van belang (Ritchey, Schuster & Allen, 2008). Ritchey, Schuster & Allen onderzochten dit door de afstand van de belangrijke informatie tot het kopje te manipuleren. De belangrijke informatie in de eerste alinea werd beter onthouden dan in de tweede alinea. Uit dit onderzoek blijkt dus dat de afstand van de kopjes tot de informatie in de tekst belangrijk is voor de begrijpelijkheid van de tekst (Ritchey, Schuster & Allen, 2008, p.869).

Naast kopjes zijn ook relationele structuursignalen en organiserende alinea's elementen die de begrijpelijkheid vergroten. Voor de begrijpelijkheid van teksten is het belangrijk dat de relatie tussen verschillende zinnen en verschillende onderdelen van de tekst duidelijk is (Sanders, 2001, p.13). Relationele structuursignalen, ook wel signaalwoorden genoemd, helpen bij het herkennen van de structuur. Relationele structuursignalen zijn bijvoorbeeld: want, bovendien, daarom, ten eerste, ten tweede. Sanders (2001) onderzocht of teksten met expliciete structuurverwijzingen beter begrepen werden dan teksten waarin de structuur impliciet te lezen was. Uit het onderzoek bleek dat door relationele structuursignalen het verwerken van de tekst makkelijker werd, vooral de snelheid waarmee de tekst begrepen werd, was hoger. Het kostte dus minder cognitieve energie om een mentale representatie te maken. Ook bleken de structuursignalen tot snellere herkenning van de tekst achteraf te leiden (Sanders, 2001, p.13).

In ditzelfde onderzoek wordt genoemd dat organiserende alinea's, waarin wordt duidelijk gemaakt wat de structuur van de tekst is, helpen bij de begrijpelijkheid van een tekst (Slater, Graves & Piché, 1985 in: Sanders 2001, p.3). Organiserende alinea's maken het verwerkingsproces van de tekst sneller, zo begrijpt men de tekst dus sneller. Ook kunnen mensen na het lezen van de tekst een betere kwalitatieve samenvatting geven. De respondenten onthielden dus niet meer, maar wat ze onthielden had een betere structuur (Slater, Graves & Piché, 1985 in: Sanders 2001, p.3).

Het laatste element dat invloed heeft op de begrijpelijkheid van de tekst is de plaats van de belangrijke informatie. Cirilo & Foss (1980 in: Bos-Aanen, Sanders & Lentz, 2001) keken of de plek van de informatie uitmaakte voor hoe snel de tekst verwerkt werd en hoeveel ervan onthouden werd. Ze lieten in dit onderzoek studenten twee teksten lezen. In de eerste tekst stond een belangrijke zin hoog in de tekst in de tweede tekst stond de belangrijke zin laag in de tekst. De zin hoger in de tekst had meer verwerkingstijd nodig dan de zin lager in de tekst. Wel werd de zin beter onthouden wanneer hij boven in de tekst stond. De langere tijd die nodig was om te verwerken, was volgens deze onderzoekers dus nodig om de tekst beter te onthouden. Cirilo & Foss (1980, in: Bos-Aanen, Sanders & Lentz, 2001, p.22) adviseren de belangrijke informatie hoger in de tekst te zetten wanneer het onthouden moet worden.

De tekststructuur is dus een belangrijk aspect voor de begrijpelijkheid van een tekst. De vragen voor tekstopbouw en begrijpelijkheid die in de literatuur naar voren zijn gekomen zijn:

- Zijn er kopjes aanwezig?
- Bevat het kopje tekst over het hoofdtopic?
- Staat het kopje dichtbij het hoofdtopic van de tekst?
- Staan er structuursignalen in de tekst, die de relatie tussen verschillende zinnen en alinea's duidelijk maken?
- Staan er aan het begin van de paragraaf organiserende alinea's?
- Staat de belangrijke informatie van de tekst bovenaan?

Deze vragen worden gebruikt bij de begrijpelijkheidsanalyse.

3.7.3 Vormgeving en begrijpelijkheid

De vormgeving van een tekst is het derde aspect dat in dit onderzoek in relatie wordt gelegd met de begrijpelijkheid van een tekst. Onder de vormgeving komen plaatjes, de vorm van opsommingen en lettertype aan bod.

In de literatuur is vaak geconcludeerd dat plaatjes mensen helpen bij het begrijpen en onthouden van teksten (Glenberg, Langston, 1992 en Gyselinck & Tardieu, 1999 in: Carney & Levin, 2002, p.14). Deze conclusies worden in andere onderzoeken aangevuld. Gyselinck & Tardieu (1994) hebben gekeken of een moeilijke tekst over celsplitsing beter begrepen wordt wanneer de respondenten plaatjes erbij zagen. Eerst kregen de respondenten een tekst zonder plaatjes, vervolgens moesten ze een begripstest maken. Na het lezen van de tekst en het maken van de test werden aan de bijbehorende plaatjes aan de eerste groep respondenten gegeven. Een andere groep respondenten kreeg de tekst een tweede keer te lezen. Beide groepen hadden hierna een betere score op de begripstest. De plaatjes gaven geen beter begrip dan het voor een tweede keer lezen van de tekst, maar ook niet minder (Gyselinck & Tardieu, 1994, p.148). Hieruit kan geconcludeerd worden dat plaatjes de begrijpelijkheid van deze tekst net zo veel hebben vergroot als het voor de tweede keer lezen van een tekst.

De inhoud van het plaatje heeft ook invloed op de begrijpelijkheid. In verschillende onderzoeken is gekeken naar bij welke omstandigheden een plaatje het meest toevoegt aan de begrijpelijkheid van een tekst. Het plaatje moet staan bij een passende tekst, het plaatje moet verklarend zijn bij de tekst en een plaatje werkt het best als de lezers een relatief lage kennis hebben over het onderwerp (Mayer & Gallini, 1990, p.719). Volgens Mayer & Gallini is de toevoeging van plaatjes mits het voldoet aan bovenstaande eisen dus bevorderlijk voor de begrijpelijkheid van een tekst. Ook andere onderzoekers bevestigen dat een plaatje passend moet zijn bij de tekst. Peeck (1985, in: Bos-Aanen, Sanders & Lentz, 2001) onderzocht of de tekst over een sigaar nog steeds goed begrepen werd wanneer er een plaatje met een pijp bij stond. De respondenten bleken de inhoud van de tekst niet goed te onthouden en namen het beeld van het plaatje over. Een plaatje moet dus minstens passend zijn om het tekstbegrip niet te verkleinen (Peeck, 1985 in: Bos-Aanen, Sanders & Lentz, 2001, p.43) en het liefst verklarend om het begrip te vergroten (Gyselinck & Tardieu, 1994, p.148). Een verklaring hiervoor is dat plaatjes helpen bij het construeren van de representatie van de tekst: deze plaatjes worden representatieve plaatjes genoemd (Carney & Levin, 2002, p.11).

Een ander element van vormgeving is de vorm van de opsomming. Wanneer er sprake is van een opsomming in de tekst, kan door de vorm van die opsomming de begrijpelijkheid van de tekst vergroot worden. Dit bleek uit een experiment waarin twee verschillende versies van een medicijnbijsluiters aan respondenten werden voorgelegd. De eerste versie had een opsomming in de

lopende tekst en de twee versie had een opsomming met behulp van opsommingstekens: een zogenaamde bullit-list. De respondenten moesten vervolgens een begripstest invullen. Uit het onderzoek bleek dat een opsomming beter begrepen werd wanneer de opsomming puntsgewijs onder elkaar stond en er opsommingstekens gebruikt werden. Een opsomming in een lopende tekst wordt dus minder goed begrepen (Pander Maat & Lentz, 2009, p.5).

Een ander element dat onder vormgeving valt is het gebruik van typografische middelen zoals het dikdrukken of onderstrepen van woorden. Zo worden belangrijke woorden soms dikgedrukt. Lorch, Lorch & Klusewitz (1995) bekeken of dit daadwerkelijk iets toevoegt aan de begrijpelijkheid van de tekst. Ze lieten mensen de tekst lezen met en zonder dikgedrukte woorden. De teksten zonder dikgedrukte woorden bleken beter begrepen te worden. Verondersteld wordt dat dit komt doordat dikgedrukte woorden afleiden van de tekst. Belangrijke woorden niet vetgedrukt maken, maakt de tekst dus begrijpelijker (Lorch, Lorch & Klusewitz, 1995, p.57-59).

De vragen voor vormgeving en begrijpelijkheid die in de literatuur naar voren zijn gekomen zijn:

- Staat er een plaatje bij de tekst?
- Is het plaatje verklarend?
- Wordt er bij opsommingen gebruik gemaakt van een bullit-list?
- Worden belangrijke woorden wel of niet dikgedrukt?

Deze vragen worden gebruikt bij de begrijpelijkheidsanalyse.

De tekstkenmerken die de begrijpelijkheid volgens de literatuur moeten vergroten, spelen zich af op de drie verschillende processen die samen tot begrijpelijkheid leiden. De drie processen zijn het herkennen van woorden, zinnen en de tekst als geheel. De moeilijke woorden of vaktermen maken bijvoorbeeld het herkennen en begrijpen van de woorden moeilijk. Het gebruik van naamwoord- of werkwoordstijl heeft invloed op het begrijpen van de zinnen. En de structuursignalen maken de relaties tussen de zinnen en daarmee de gehele tekst begrijpelijk. In de conclusie zal duidelijk worden op welk niveau (woord-, zins of tekstniveau) de meeste problemen optreden.

3.7.4 Opleiding en begrijpelijkheid

Over opleiding en begrijpelijkheid is niet veel geschreven, wel over sterke en zwakke lezers en hun begrip bij teksten. In onderzoek van Pander Maat & Versteeg (1994) wordt gekeken of de lengte van een tekst in een bijsluiters verschil maakt in het begrip van een tekst bij sterke en bij zwakke lezers. Hierbij wordt verondersteld dat sterke lezers van een hoge opleiding komen en zwakke lezers van een lage opleiding. Mensen van een lagere opleiding zijn volgens hen namelijk minder vaardig en minder gemotiveerd in het verwerken van teksten. Pander Maat & Versteeg (1994, p.4) verwachten daarom dat zwakke lezers van korte teksten meer onthouden dan van lange teksten. De sterke en zwakke lezers kregen een korte en een lange tekst te lezen, met de hoeveelheid reproductie werd gemeten hoeveel de lezers van de tekst begrepen hadden. Zwakke lezers konden beide teksten minder goed reproduceren dan de sterke lezers. De zwakke lezers konden naar verhouding wel evenveel reproduceren van de korte als van de lange tekst (Pander Maat & Versteeg, 1994, p.10). Volgens dit onderzoek is er geen reden om lange teksten voor zwakke lezers korter te maken.

In het onderzoek wordt dus verondersteld dat mensen met een lagere opleiding een slechtere leesvaardigheid hebben dan mensen met een hogere opleiding en zij ook andere tekstkenmerken nodig hebben om de tekst beter te begrijpen. Dat mensen met een lage opleiding zwakkere lezers zijn wordt in het onderzoek bevestigd, maar dat zwakke lezers korte teksten nodig

hebben voor beter begrip wordt niet bevestigd.

In ander onderzoek wordt bovenstaande conclusie aangevuld. Er wordt namelijk bewezen dat mensen met een hogere opleiding gemiddeld langere zinnen kunnen begrijpen dan mensen van een lagere opleiding (Flesch, 1987 in: Burger & De Jong, 2009, p.130). Mensen met een hoge opleiding verwerkten de lange zinnen sneller en begrepen de zinnen beter dan mensen met een lagere opleiding.

Volgens de onderzoeken zou tekstlengte geen invloed hebben op het begrip bij hoger en lager opgeleiden, maar zinslengte wel. De conclusies van deze onderzoeken geven aanleiding om de hoger en lager opgeleiden zelf te vragen wat ze belangrijk vinden voor de begrijpelijkheid. Dit kan namelijk een aanvulling zijn op de eerdere onderzoeken aangezien de conclusies van bovenstaande onderzoeken gebaseerd zijn op positivistisch onderzoek. Hierbij waren de categorieën van te voren vastgesteld. Ik vraag mij af wat mensen met lage en hoge opleiding zelf vinden van tekstkenmerken die al dan niet de begrijpelijkheid vergroten. Omdat de lager opgeleiden volgens Pander Maat & Versteeg (1994, p.2) minder gemotiveerd en minder vaardig zijn in het verwerken van teksten, verwacht ik dat de lager opgeleiden minder van de folder begrijpen en meer elementen die de begrijpelijkheid vergroten willen toevoegen. In de interviews met de consumenten zal ik kijken of mijn verwachting bevestigd of tegengesproken wordt en zal ik de leemte op dit gebied proberen aan te vullen.

4. Methode

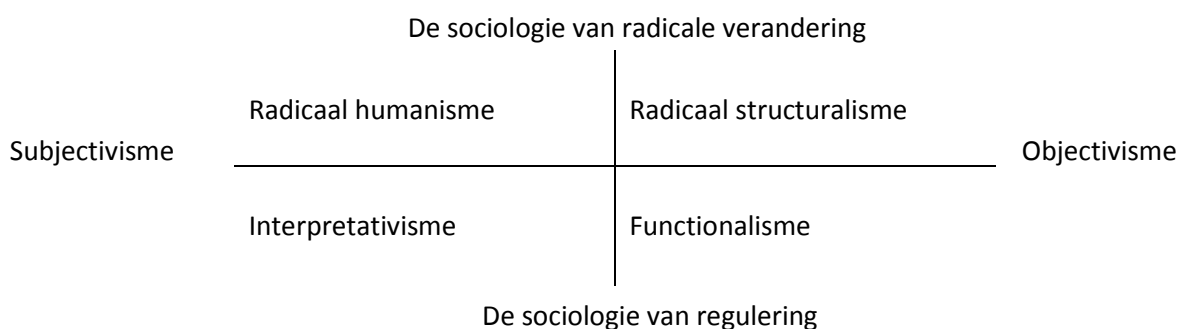
4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt de methode van het onderzoek geoperationaliseerd: de wetenschapsfilosofische positionering, het onderzoeksmateriaal, en de verschillende methodes worden verantwoord. De verschillende methodes die gebruikt worden in dit onderzoek zijn de begrijpelijkheidsanalyse, het interview met de consumenten en het interview met de makers. Deze drie onderdelen behandelen alle drie een andere invalshoek, deze verschillende invalshoeken zal ik in de conclusie met elkaar vergelijken.

De eerste invalshoek is de wetenschappelijke. De elementen voor een begrijpelijke tekst die naar voren zijn gekomen in de literatuurstudie zijn omgezet in vragen, waarmee ik een begrijpelijkheidsanalyse van de folder maak. Daarna zal in het tweede gedeelte van dit onderzoek worden gekeken naar welke elementen de consumenten met lage en hoge opleiding belangrijk vinden voor de begrijpelijkheid van de folder. Ten slotte zal in het derde deel het perspectief van de maker aan bod komen. De keuze om als laatste in gesprek te gaan met de makers is gemaakt, omdat ik als onderzoeker op deze manier zo min mogelijk beïnvloed kan worden door de vooronderstellingen over begrijpelijkheid van de makers.

4.2 Wetenschapsfilosofische positionering

De wetenschapsfilosofische positionering geeft informatie over hoe een onderzoeker zijn onderzoeksobject benadert, hoe hij de werkelijkheid interpreteert en op welke manier hij deze analyseert (Henn, Weinstein & Foard, 2006, p.17). Burrell & Morgan (1979) maken onderscheid in vier paradigma's, van waaruit alle onderzoeksobjecten te bestuderen zijn. Een paradigma is een set van onderliggende gelijke assumpties over hoe de werkelijkheid beschouwd wordt (Burrell & Morgan, 1979, p.110). De vier paradigma's die zij onderscheiden zijn het functionalistisch, interpretatief, radicaalhumanistisch en het radicaalstructuralistisch paradigma. De vier paradigma's zijn in een grid in te passen waarin zich twee assen bevinden. Op de horizontale as staat links het subjectivisme en rechts het objectivisme. Op de verticale as staat bovenaan de sociologie van radicale verandering en beneden de sociologie van regulering (figuur 4.1).



Figuur 4.1 : De vier paradigma's van Burrell & Morgan (1979, p.109)

Het functionalisme zoekt rationele verklaringen voor sociale gebeurtenissen. De werkelijkheid is volgens hen opgebouwd uit kleine empirisch waarneembare artefacten en relaties die het best geïdentificeerd, bestudeerd en gemeten kunnen worden met natuurkundige modellen (Burrell & Morgan, 1979, p.112).

Het interpretatieve paradigma heeft een subjectieve benadering om te analyseren hoe de werkelijkheid eruit ziet. Interpretatieve onderzoekers zoeken verklaringen bij individuele waarheden, omdat de werkelijkheid volgens hen gevormd wordt door individuele betekenissen. De werkelijkheid kan volgens hen niet gekend worden buiten de individuen (Burrell & Morgan, 1979, p.114). Interviews zijn een goede manier om achter de verschillende waarheden te komen.

Het radicaalhumanistisch paradigma kijkt vooral naar hoe de betekenissen in de hoofden van mensen gedomineerd zijn door ideologische superstructuren, waarvan de mensen deel uitmaken. De werkelijkheid zit volgens hen dus in de hoofden van de mensen, die gedomineerd worden door ideologieën (Burrell & Morgan, 1979, p.118).

De radicaalstructuralisten zeggen dat veranderingen in de werkelijkheid in de structuur van de samenleving zitten, daarom is het volgens hen belangrijk om de structuren en relaties te onderzoeken (Burrell & Morgan, 1979, p.119).

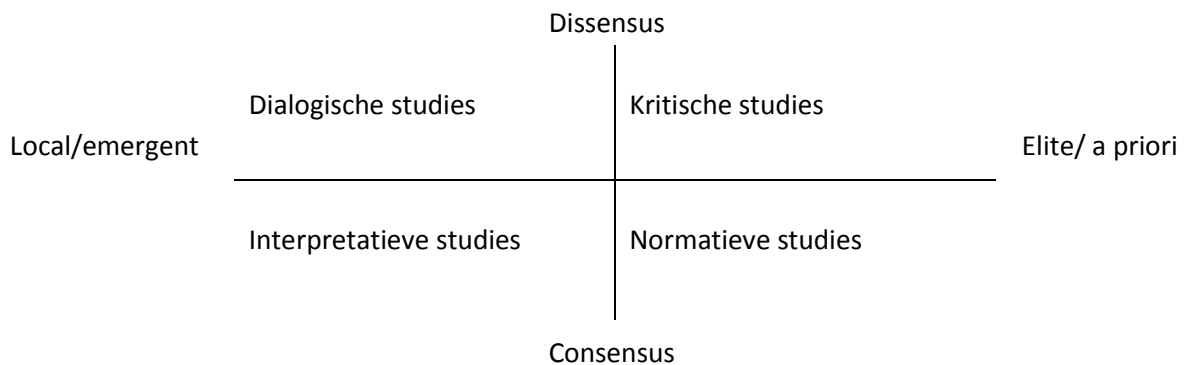
Zodra een onderzoeksobject in één paradigma past, sluit het automatisch het andere paradigma uit, omdat de perspectieven van werkelijkheid en daarbij horende onderzoeksmethoden totaal van elkaar verschillen (Burrell & Morgan, 1979, p.109). In mijn onderzoek beschouw ik de werkelijkheid als gevormd door individuele betekenissen, ik bekijk mijn onderzoeksobject dus vanuit het interpretatieve paradigma. Mijn vraagstelling past zeer goed bij dit paradigma aangezien ik naar verschillende betekenissen kijk over begrijpelijkheid, namelijk in de literatuur en van de consumenten. Ik zal gaan kijken naar de individuele betekenissen die de consumenten met hoge en lage opleiding hebben. De bijpassende methode, namelijk interviews met de consumenten en makers, is een goede manier om achter de betekenis van begrijpelijkheid te komen, daar de werkelijkheid niet te kennen is buiten de individuen. In een gesprek tracht ik achter hun betekenis van begrijpelijkheid te komen. Interpretatief onderzoek is niet generaliseerbaar naar grote groepen, omdat het gaat om contextspecifieke kennis. Dit is ook niet erg aangezien het doel geen generalisatie is, maar zicht krijgen in de betekenisgeving (Boeije, 2005, p. 20).

Deetz (1996) heeft kritiek op verschillende punten van het werk van Burrell & Morgan, onder andere op de termen subjectief en objectief. Volgens Deetz verschillen deze termen niet echt, maar zijn het talige constructies. Ook heeft hij kritiek op de absolute scheiding die Burrell & Morgan maken tussen de paradigma's. Hij stelt een andere indeling voor en noemt deze in plaats van paradigma's discourses (zie figuur 3.2). Discourses zijn vloeiender en er is dialoog tussen mogelijk, de verschillende discourses hebben geen afgebakende grenzen. Bij de positionering van een onderzoek is dus een combinatie van meerdere discourses mogelijk (Deetz, 1996, p.136).

Eén dimensie waarop Deetz onderscheid maakt is op de wijze waarop de onderzoeker met het onderzoek omgaat (zie figuur 4.2). Dit kan local/emergent of elite/a priori. Local/emergent betekent dat de onderzoeksconcepten in wisselwerking met de betrokkenen vormgegeven worden en dat de onderzoeksconcepten tijdens het proces zich kunnen ontwikkelen (Deetz, 1996, p.131). Bij elite/a priori onderzoek worden de concepten van tevoren door de onderzoeker vastgelegd en kunnen ze ook niet tijdens het proces veranderen (Deetz, 1996, p.132). Het tweede onderscheid dat Deetz (1996) maakt is het onderscheid tussen consensus en dissensus. Consensus gaat uit van eenheid en stabiliteit in de werkelijkheid, de wetenschap is neutraal en het gaat om het ontdekken van de werkelijkheid. Dissensus gaat uit van conflicten, strijd en spanningen in de werkelijkheid. De wetenschap is politiek en het gaat om het creëren van een werkelijkheid.

In dit onderzoek zal de betekenis van de definitie begrijpelijkheid ten eerste local/emergent tot stand komen: de definitie van begrijpelijkheid wordt niet vooraf bepaald en de definitie van begrijpelijkheid die uit de literatuur naar voren komt is slechts een werkdefinitie. De definitie van

begrijpelijkheid kan veranderen tijdens het proces doordat de consumenten in hun interviews ook hun mening over begrijpelijkheid mogen geven. Ten tweede benader ik mijn onderzoeksobject vanuit consensus. Ik ga proberen te ontdekken wat de betekenis van begrijpelijkheid is. Ondanks dat ik uitga van consensus ga ik er wel vanuit dat er verschillende meningen kunnen zijn over definitie van begrijpelijkheid. De wetenschapsfilosofische positie die ik in dit onderzoek volgens definitie van Deetz (1996) als uitgangspunt neem is dus ook het interpretatieve discours.



Figuur 4.2: De vier discourses van Deetz (1996, p.137)

4.3 Het onderzoeksmateriaal

Consumenten blijken hun keuze vaker te maken op basis van traditionele informatiebronnen (folders, brochures, krant) dan op basis van nieuwe/digitale informatiebronnen (websites, e-mail, sociale media) (Loos & Mante-Meijer, 2006, p.47). Ik heb daarom gekozen om de begrijpelijkheid van een folder te onderzoeken. De keuze is gevallen op een folder die opgestuurd wordt wanneer men informatie aanvraagt bij de zorgverzekeraar. Van ongeveer vijf zorgverzekeraars heb ik een folder op het internet opgezocht. De vijf verschillende zorgverzekeraars zijn vervolgens gemaild met de vraag of ik 25 folders opgestuurd kon krijgen. Om zo objectief mogelijk tegenover de folder te staan, heb ik gekozen voor de folder waarvan ik het snelst 25 exemplaren opgestuurd kon krijgen. De folder is dus niet gekozen op basis van wat ik wel of geen goede folder vind.

De folder die ik uiteindelijk opgestuurd heb gekregen, is een folder van zorgverzekeraar 'Agis'. De folder heet 'Zorg goed geregeld voor u` en bestaat uit twee delen: een tekst over de zorgverzekeraar 'Agis' en een vergoedingenoverzicht. De folder is het materiaal waar 'Agis' de consumenten op gemakkelijke wijze een keuze mee wil laten maken (Persoonlijke e-mail, Ingrid van Kampen, 09-03-2010).

4.4 De begrijpelijkheidsanalyse

De begrijpelijkheidsanalyse wordt als eerste empirische onderzoeksmethode uitgevoerd, omdat het de bedoeling is met zo min mogelijk vooronderstellingen een analyse te maken. De interviews met de consumenten en makers volgen later zodat de meningen van deze respondenten mijn blik niet kunnen beïnvloeden.

In de literatuurstudie zijn elementen die begrijpelijkheid vergroten naar voren gekomen. Deze elementen vormen het onderzoeksinstrument om een begrijpelijkheidsanalyse te maken van de folder.

4.4.1 Het onderzoeksinstrument

De vragen uit het onderzoeksinstrument zijn:

1. Staan er moeilijke woorden / vaktermen in de tekst die uitgelegd kunnen worden of vervangen kunnen worden door makkelijkere synoniemen?
2. Staan er abstracte woorden in de tekst?
3. Staan er betekenisvolle woorden om de abstracte woorden?
4. Wordt er werkwoordstijl gebruikt?
5. Staan woorden die grammaticaal bij elkaar horen bij elkaar?
6. Zijn er kopjes aanwezig?
7. Bevat het kopje tekst over het hoofdtopic?
8. Staat het kopje dichtbij het hoofdtopic van de tekst?
9. Staan er structuursignalen in de tekst, die de relatie tussen verschillende zinnen en alinea's duidelijk maken?
10. Staan er aan het begin van de paragraaf organiserende alinea's?
11. Staat de belangrijke informatie van de tekst bovenaan?
12. Staat er een plaatje bij de tekst?
13. Is het plaatje verklarend?
14. Is plaatje passend bij de tekst?
15. Wordt er bij opsommingen gebruik gemaakt van een bullit-list?\
16. Worden belangrijke woorden wel of niet dikgedrukt?

4.4.2 De analyse

In deze begrijpelijkheidsanalyse zit een vraag die subjectief is en niet alleen met de literatuur te beantwoorden is. Vraag 1 is namelijk: "Staan er moeilijke woorden / vaktermen, die vervangen kunnen worden voor makkelijkere synoniemen in de tekst?". Bij deze vraag is het aanwijzen van de moeilijke woorden subjectief. Om te zorgen voor een betrouwbare keuze, heb ik de respondenten aan het einde van het interview gevraagd of ze de moeilijke woorden in de tekst wilden aanwijzen (zie bijlage 4). Op deze manier heb ik zeventien meningen over wat moeilijke woorden zijn en is mijn analyse toch betrouwbaar.

Ik heb de vragen uit het onderzoeksinstrument beantwoord door in alle stukken tekst te kijken of op de desbetreffende vraag goed of slecht gescoord wordt. De analyse is zodoende gestructureerd door de vragen. In het antwoord op deelvraag 2 is een overzicht gemaakt van welke stukken tekst volgens de literatuur goed, slecht en neutraal scoren.

4.5 Interview met de consumenten

Om achter de mening van de consumenten te komen heb ik gekozen voor twee methodes. Als eerste heb ik gekozen voor de plus min methode in combinatie met de hardop-denken methode. Hiermee hebben de consumenten de geselecteerde folder geëvalueerd. De tweede methode is een kwalitatief topic interview, waarin ik de respondenten onder andere heb gevraagd wat voor hun een tekst begrijpelijk maakt.

4.5.1 De hardop-denken methode en plus min methode

In deel één van het gesprek heb ik geprobeerd erachter te komen wat de consumenten begrijpelijk vinden aan de folder door middel van de plus min methode en hardop-denken methode. Ik heb gekozen voor de hardop-denken methode omdat uit onderzoek blijkt dat dit voor begrijpelijkheidsonderzoek de beste methode is (Pander Maat, 2003). Een nadeel van de hardop-denken methode is dat de lezer de tekst hard op moet voorlezen en tegelijkertijd zijn of haar gedachten moet verbaliseren. Hierbij wordt aanspraak gedaan op twee verschillende processen. Het lezen kan daardoor langzamer gaan, dit wordt reactiviteit genoemd (Maes, Ummelen, Hoeken, 1996, p.189). Om te voorkomen dat de respondenten in de war raakten door het tegelijkertijd lezen en verbaliseren van gedachten, heb ik de hardop-denken methode met de plus min methode gecombineerd. De plus min methode werkt als volgt: de respondenten moeten de tekst lezen en plussen en minnen zetten bij de delen van de tekst die ze goed of slecht vinden. De plus min methode is vooral bedoeld om problemen die lezers ondervinden op het spoor te komen (Schellens & Maes, 2000, p.178; Maes, Ummelen, Hoeken, 1996, p.188). Een nadeel van de plus min methode is dat de plussen en minnen op allemaal verschillende soorten overwegingen kunnen berusten. Voor de validiteit is het dus belangrijk dat de plussen en minnen achteraf worden uitgelegd (Maes, Ummelen, Hoeken, 1996, 188). Doordat ik de hardop-denken methode en plus min methode gecombineerd heb, vingen ze elkaars nadelen op (Maes, Ummelen, Hoeken, 1996, p.188-189). De respondenten lazen eerst de tekst hardop voor, daarbij moesten ze alleen plussen en minnen zetten en hoefden ze niet tegelijkertijd hun gedachten te verbaliseren. Op deze manier trad er geen reactiviteit op. Vervolgens, na het lezen van de tekst, werden de gedachten bij de plussen en minnen geverbaliseerd. Zo kon ik vragen naar de verschillende overwegingen die achter het zetten van de plussen en de minnen zaten en kon ik kijken of de plussen en minnen gezet waren wegens valide redenen.

De plus min methode en hardop-denken methode zijn beide bedoeld om de processen die zich in de hoofden van mensen afspelen inzichtelijk te krijgen (Schellens & Maes, 2000, p.178-179). De plus min methode lijkt een kwantitatieve methode. Toch is de methode kwalitatief, omdat het gaat om de reden achter de plussen en de minnen. Deze redenen achter de plussen en minnen worden geanalyseerd. Deze methodes van tekstevaluatie passen daardoor goed bij mijn vraagstelling en interpretatieve insteek, aangezien ik benieuwd ben hoe begrijpelijkheid door de consumenten en makers gezien wordt.

4.5.2 Het interview en de topiclijst

Na de plus min methode en de hardop-denken methode heb ik een interview gehouden met de respondenten. Ik heb gekozen voor een interview omdat in een interview, anders dan bij een enquête, doorgevraagd kan worden om tot een uitgebreider antwoord te komen. Ook kan ik in een interview meer inspelen op wat de respondenten zeggen en proberen te achterhalen welke gedachten in hun hoofd zitten. Dit is nodig om erachter te komen wat hun mening over begrijpelijkheid is, bovendien is deze methode passend bij de interpretatieve insteek van het onderzoek.

Het interview dat ik gehouden heb, is een topic interview (Boeije, 2008, p.58). Dit is een open kwalitatief interview waarbij topics opgesteld worden met daarbij horende vragen. Hier wordt vooral gelet op de inhoud van de vragen. In de topiclijst (zie bijlage 2) zijn dus wel vragen opgesteld, maar de formulering tijdens de interviews kon verschillen. Ook de volgorde van de vragen en de

antwoordkeuze zijn open in het topic interview (Boeije, 2008, p.58).

Ik heb vier topics opgesteld: 'Oordeel folder', 'Belang van begrijpelijkheid', 'Relevantie' en 'Facetten van begrijpelijkheid'.

Het eerste topic 'Oordeel folder' is een samenvatting van de uitkomst van de plus min methode en hardop-denken methode. Met de vragen 'Kun je aangeven wat je aan de folder zou veranderen als je hem begrijpelijker zou mogen maken?' en 'Zou je nog informatie toevoegen?' heb ik de respondenten een eendoordeel over de begrijpelijkheid folder laten maken.

Het tweede topic heb ik gekozen omdat begrip een belangrijk element is bij het verwerken van een tekst via de centrale route (Hoeken, 1998, p.57). Mijn vooronderstelling was dat bij deze folder lezers de tekst via de centrale route verwerken. Met de vragen 'Wat vind je het belangrijkste aan een tekst als je op basis daarvan een beslissing moet maken?' en 'Hoe belangrijk is begrip voor jouw keuzeproces?' onderzoek ik of mijn vooronderstelling klopt of dat de respondenten vooral naar bijvoorbeeld het uiterlijk van de folder kijken.

In het derde topic 'Relevantie', vraag ik respondenten aan te geven welk onderdeel het meest begrijpelijk moet zijn, omdat ik benieuwd ben welk onderdeel ze het meest relevant vinden. Volgens onderzoek (Hetebrij, 2000, p.124) is relevantie namelijk een belangrijk onderdeel voor de kwaliteit en begrijpelijkheid van een tekst.

Het vierde topic, 'Facetten van begrijpelijkheid', heb ik gekozen omdat volgens de literatuur verschillende elementen begrijpelijkheid vergroten (o.a. Stahl, 2003; Schwanenflugel & Stowe, 1989; Pander Maat & Lentz, 2009; Hyna, 2004; Ritchey, Schuster & Allen, 2008). Dit topic onderzoekt of de respondenten zelf ook aangeven bepaalde facetten belangrijk te vinden en welke facetten dit dan zijn.

4.5.3 De consument respondenten

De respondenten die ik ondervraagd heb zijn mensen met een lage en mensen met een hoge opleiding. Uit onderzoek blijkt namelijk dat consumenten met een lage opleiding meer moeite hebben met het verwerken van een tekst dan consumenten met een hoge opleiding (Pander Maat & Versteeg, 1994, p.2). In dit onderzoek noemen de onderzoekers laag opgeleiden zwakke lezers en hoog opgeleiden sterke lezers, omdat ze van tevoren een leestest afnemen bij de respondenten. In dit onderzoek noem ik de respondenten geen zwakke en sterke lezers, maar blijf ze laag en hoog opgeleiden noemen, omdat ik geen leestest van tevoren heb afgenomen.

Consumenten met een lage opleiding zijn in dit onderzoek gedefinieerd als mensen met een opleiding van maximaal MBO en werkend zijn in een MBO baan. Mensen met een hoge opleiding moeten minimaal een HBO studie volgen (of hebben afgerond) of werkzaam zijn in een HBO baan (of hoger).

Bij het selecteren van de respondenten is de opleiding het enige waarop geselecteerd is, er is geen rekening gehouden met de leeftijd en het geslacht. Deze vorm van selectie heet doelgerichte selectie, enkele kenmerken van de populatie bepalen de selectie en niet het toeval (Boeije, 2005, p. 50). Uiteindelijk hebben acht mannen en negen vrouwen meegedaan in de leeftijdscategorie 21 tot 61. Er hebben dus zeventien consument respondenten meegedaan aan het onderzoek, negen lager opgeleiden en acht hoger opgeleiden (zie bijlage 5). Na vijftien interviews werden geen nieuwe antwoorden meer gegeven. Om na te gaan of de verzadiging daadwerkelijk bereikt was, zijn er nog twee interviews afgenomen, maar in deze interviews gaven de respondenten geen nieuwe informatie meer. Zeventien interviews zijn dus de basis voor de resultaten, ook heb ik nog twee interviews gehouden als pretest, maar deze gegevens zijn niet gebruikt in de resultaten.

4.5.4 De pretest

Voordat de volgorde van de twee verschillende onderdelen bepaald werd, heb ik eerst twee pretesten gedaan. In pretest één vroeg ik de respondent eerst een algemeen beeld van de folder te geven en vroeg hierbij niet nadrukkelijk om begrijpelijkheid. Hieruit kwam echter geen diepgaande informatie over de begrijpelijkheid, omdat de respondent niet over begrijpelijkheid begon. Toen de respondent toch gevraagd werd naar wat voor hem begrijpelijkheid was, kon hij geen elementen noemen. Daarnaast moest de respondent bij het tweede deel van het onderzoek (het zetten en verklaren van de plussen en minnen) dingen dubbel zeggen, omdat zijn opmerkingen uit het eerste deel overlapte.

In pretest twee is eerst de plus min en hardop-denk methode gedaan en is daarna een gesprek gevoerd over de verschillende facetten van begrip. Dit werkte beter. De respondent kreeg eerst uitgebreid de tijd te vertellen over wat hij in de folder allemaal goed en fout vond. Pas toen hij helemaal uitgepraat was over de folder heb ik hem gevraagd wat hij een begrijpelijke tekst vond. Hier heb ik expliciet bij gezegd dat hij afstand kon nemen van de folder. Dit kon de respondent ook omdat hij alles al gezegd had over de folder. Wel waren zijn gedachten over begrijpelijkheid al geactiveerd waardoor hij er makkelijk over kon praten. Omdat in pretest 2 geen dubbele onderwerpen aan de orde kwamen en omdat er meer over begrijpelijkheid naar voren kwam in het gesprek, heb ik ervoor gekozen eerst de plus min methode in combinatie met de hardop-denk methode te doen en vervolgens de respondent te vragen naar zijn mening over begrijpelijkheid.

4.5.5 De procedure

Bij het selecteren van de respondenten voor dit onderzoek heb ik de respondenten gevraagd mee te doen aan een begrijpelijkheidsonderzoek, waarbij ze een folder moesten lezen en moesten aangeven wat ze wel en niet begrijpelijk vonden. Ik heb er bewust voor gekozen de respondenten nog niet te vertellen dat het een folder van een zorgverzekeraar was, omdat de ze zich anders in hun enthousiasme van te voren in konden gaan lezen. Alle respondenten kregen dus pas op het moment van het interview te weten dat het om een folder van een zorgverzekeraar ging.

In de inleiding heb ik verteld dat het interview uit drie onderdelen bestond: het lezen van de folder met daarbij het zetten van de plussen en minnen, het praten over die plussen en minnen en een gesprek over begrijpelijkheid in het algemeen. Ook heb ik de respondenten verteld dat het interview niet een test van hun intelligentie was, dus dat ze juist konden aangeven wat ze moeilijk vonden. Daarnaast heb ik de respondenten verteld dat hun interviews geanonimiseerd werden. Op deze manier heb ik geprobeerd sociaal wenselijke antwoorden te voorkomen.

4.5.6 De afname

De interviews heb ik bij de respondenten thuis afgenomen, aangezien dit ook de omgeving is waarin ze normaal een zorgverzekering uit zouden kiezen en het de plek is waar ze zich het meest op hun gemak voelen. Ik heb de respondenten gevraagd of we een rustige plek konden creëren en of ze de (mobiele) telefoons uit wilden schakelen.

De interviews heb ik opgenomen met een videocamera die ik uit privacy redenen op een stoel of muur heb gericht. Door het gesprek op te nemen kon ik me volledig richten op wat de respondenten vertelden en daarop inspelen in plaats van dat ik vooral bezig was met alles mee te schrijven. Volgens Boeije (2005, p.60-61) geeft opname van een gesprek een vollediger beeld dan

aantekeningen. Ook maakt het mijn onderzoek betrouwbaarder, omdat alle opnames na te luisteren zijn.

Veel respondenten hadden slechte ervaringen met hun zorgverzekeraar en waren blij nu eindelijk eens hun mening te kunnen geven. Dit uitte zich in enthousiasme bij het zetten van plussen en minnen en het beantwoorden van mijn vragen. Vaak werden er persoonlijke verhalen over hun ervaringen verteld. De persoonlijke verhalen over eerder afgesloten verzekeringen en verhalen over 'oplichting' zijn niet opgenomen in het transcript.

De respondenten konden de plussen en minnen goed verklaren, maar de plussen waren moeilijker verklaarbaar dan de minnen. Bij de plussen moest ik dus meer mijn best doen om verklaard te krijgen waarom het dan goed was. Ook de vraag over 'facetten van begrijpelijkheid' vonden de respondenten lastig te beantwoorden, daar moesten ze vaak even nadenken over wat de vraag was. Wanneer ik de respondenten vroeg waar ze zelf op letten bij het schrijven van een begrijpelijke tekst, konden de respondenten toch een antwoord geven.

4.6 Interview met de makers

In het interview met de makers heb ik geprobeerd te achterhalen wat de vooronderstellingen van de makers over begrijpelijkheid zijn en wat ze van hun eigen folder vinden.

4.6.1 Het interview en de topiclijst

Ook bij het interview met de makers heb ik gekozen voor een topic interview, daar een topic interview meer ruimte vrij houdt voor invulling van de geïnterviewde en ik zo meer in kan gaan op zijn gedachten. De topics die ik voor het interview met de makers heb opgesteld zijn: 'Facetten van begrijpelijkheid', 'Relevantie van de folder' 'Belang van begrip' en 'Evaluatie van folder' (zie bijlage 3 voor topiclijst).

In het eerste topic 'Facetten van begrijpelijkheid' heb ik eerst een aantal open vragen gesteld die gingen over werkzaamheden en samenwerking. Op deze manier probeerde ik de respondenten na te laten denken over hun algemene werkzaamheden en los te krijgen van de werkzaamheden voor de folder. Nadat ze gesproken hadden over hun algemene werkzaamheden ben ik ingegaan op de algemene betekenis van begrijpelijkheid.

Uit de literatuur (Hetebrij, 2000, p.124) bleek dat relevantie een belangrijk criterium is voor de kwaliteit van een tekst. Het tweede topic 'Relevantie van de folder' bevraagt de vooronderstellingen van de makers over wat zij relevante informatie vinden in de folder. Deze vraag heb ik ook bij de consumenten gesteld, het is interessant deze twee te vergelijken.

Het derde topic bevraagt het belang van begrip, uit de literatuurstudie bleek dat begrip een belangrijk element kan zijn bij het verwerken van een tekst (Hoeken, 1998, p.57). Mijn vooronderstelling was dat lezers bij deze folder de tekst via de centrale route verwerken. In dit topic wordt gekeken wat de vooronderstelling van de makers is.

Het vierde topic ten slotte is de evaluatie van de folder, hier ga ik in op de vooronderstellingen die de makers hadden bij het maken van deze specifieke folder. Maar ook zal ik hen vragen of ze zelf op- of aanmerkingen hebben nu ze de folder nog eens lezen, aangezien een mening naar verloop van tijd kan veranderen.

4.6.2 De respondenten

Volgens de literatuur bepaalt het doel van een folder volgens de makers het karakter van de tekst (Hoeken, 1998, p.15). Daarom is het interessant om ook de vooronderstellingen van de makers over begrijpelijkheid en de bedoelingen van de folder te achterhalen. Drie mensen waren betrokken bij het maken van de folder. Deze drie makers heb ik individueel geïnterviewd zodat ik achter zoveel mogelijk persoonlijke vooronderstellingen over begrijpelijkheid kon komen. De makers zijn twee vrouwen en één man in de leeftijd van 25 tot en met 40.

4.6.3 De afname

De interviews zijn afgenomen op het hoofdkantoor van 'Agis', in een afgezonderde vergaderruimte. Nadat de makers hadden gezorgd dat ze niet gestoord konden worden door de telefoon, is het interview gestart. Ook deze interviews heb ik opgenomen met een videocamera en vervolgens getranscribeerd. Daarnaast heb ik de respondenten verteld dat hun interviews geanonimiseerd werden en dat ik niets met de organisatie te maken had, hiermee hoopte ik te bereiken dat ze openlijk konden spreken.

De makers waren zeer geïnteresseerd in het interview, aangezien ze het leuk vonden dat er eens een goede evaluatie gemaakt werd van een gemaakt product. Ze durfden ook hun kritiek te uiten over het maakproces van de folder en waren daardoor naar mijn idee niet bezig sociaal verantwoord te antwoorden.

4.7 Analyse van interviews

De analyse van de interviews is gedaan op kwalitatieve wijze (Boeije, 2008, p.85). Dat betekent dat ik per topic en per doelgroep bij elkaar gezet heb wat de respondenten gezegd hebben. De topics heb ik los van elkaar geanalyseerd, ook de antwoorden van de consumenten en makers zijn apart geanalyseerd.

Het topic 'Oordeel folder' uit de interviews met de consumenten is anders geanalyseerd dan de andere topics, omdat dit topic een samenvatting van de plus min methode was. Om een beeld te krijgen van wat de respondenten van de begrijpelijkheid van de folder vonden, heb ik gekeken welke onderdelen de meeste plussen en minnen kregen. Vervolgens heb ik gekeken welke verklaringen daarvoor gegeven werden en dit in een schema gezet (zie bijlage 6). De resultaten van dit topic zijn geordend door de opvallende plus en min punten van de folder langs te lopen.

Bij de andere topics heb ik eerst de belangrijke fragmenten gecodeerd, daarna heb ik onderscheid gemaakt tussen belangrijke en minder belangrijke codes. Op deze manier ontstonden er hoofdcodes die een beeld gaven van de meningen van alle respondenten. Uit de interviews met de consument kreeg ik ongeveer 50 codes met 13 hoofdcodes (zie bijlage 6), bij de makers waren het ongeveer 40 codes met 8 hoofdcodes (zie bijlage 7). De hoofdcodes heb ik als kopjes gebruikt, op deze wijze kon ik de meningen van de respondenten met elkaar vergelijken. De hoofdcodes en bevindingen daarover zijn gestructureerd aan de hand van de verschillende topics het uit het interview. Aangezien de antwoorden van de consumenten en makers apart geanalyseerd zijn, worden deze ook apart weergegeven. De volgorde van de topics in het interview wordt aangehouden bij het behandelen van de topics in het resultatenhoofdstuk.

5. Resultaten

5.1 De begrijpelijkheidsanalyse van de folder

In verschillende onderzoeken zijn elementen opgesteld die de begrijpelijkheid van een tekst zouden moeten vergroten. Deze elementen zijn besproken in de literatuurstudie. Van deze elementen heb ik vragen gemaakt die het onderzoeksinstrument vormen voor van de begrijpelijkheidsanalyse. In deze deelparagraaf zal ik de vragen beantwoorden voor de folder 'Zorg goed geregeld voor u'.

5.1.1 Stijl

Staan er moeilijke woorden / vaktermen in de tekst die uitgelegd kunnen worden of vervangen kunnen worden door makkelijkere synoniemen?

In één van de kaderteksten, namelijk kadertekst 'Hoe selecteert u de juiste zorg?' staan de begrippen natura- en restitutiepolis. Deze woorden worden misschien niet begrepen door de lezers en zouden volgens de literatuur uitgelegd moeten worden (Staal, 1992 In: Burger & De Jong, 2009, p.122-123). Deze woorden worden nu niet uitgelegd. Tijdens het lezen van het stappenplan wordt dit dus misschien nog niet begrepen. Op pagina 4 van de folder wordt het wel terloops in de kleine lettertjes van de tekst uitgelegd, maar dat er een uitleg van de begrippen in de folder staat, wordt niet duidelijk aangegeven.

Ook staat in de tekst 'Het verplichte eigen risico', op pagina 4, een moeilijke woordcombinatie namelijk 'zorg uit de BV'. Uit onderzoek blijkt dat bepaalde woordcombinaties ook lastig kunnen zijn (Stahl, 2003, p.245) en in dit geval wordt er niet uitgelegd wat 'zorg uit de BV' is. Ook staan er in het vergoedingenoverzicht verschillende vaktermen, deze woorden zijn: GeboorteTENS, hospice (palliatieve zorg), antroposofische geneeskunde, probe, repatriëring en flebologie. Een uitleg van deze woorden zou het begrip van de folder kunnen vergroten.

Staan er abstracte woorden in de tekst? En zo ja: Staan er betekenisvolle woorden om de abstracte woorden?

In de folder staan weinig abstracte woorden. In het kopje 'Het juiste product', staat wel een abstract woord, namelijk product. Hiervan is niet direct duidelijk wat er onder product verstaan wordt. Ook staat er geen betekenisvolle zin omheen, de eerstvolgende zin gaat namelijk over het klantpanel en niet over de verschillende producten die 'Agis' aanbiedt.

Een woord dat ook abstract is, is het woord 'kwaliteit'. Het wordt gebruikt in combinatie met het woord 'zorg', dus 'kwaliteit van de zorg'. Wat er met 'kwaliteit van de zorg' bedoeld wordt, staat niet in een betekenisvolle zin er omheen. Volgens onderzoek zouden abstracte woorden met een betekenisvolle zin sneller begrepen worden dan abstracte woorden zonder een betekenisvolle zin (Schwanenflugel & Schoben, 1983, 91; Schwanenflugel & Stowe, 1989, p.120). Een betekenisvolle zin rondom het woord product en kwaliteit zal dus bijdragen aan de begrijpelijkheid van de folder.

Wordt er werkwoordstijl gebruikt?

In de tekst van de folder wordt veelvuldig werkwoordstijl gebruikt, zoals in de zinnen 'Agis helpt graag keuzes te maken' en 'Agis werkt nauw samen met zorgaanbieders'. Er is dus steeds duidelijk wie de handelende persoon is: namelijk 'Agis'. Er wordt geen gebruik gemaakt van naamwoordstijl. Werkwoordstijl vergroot de begrijpelijkheid (Burger & de Jong 2009, p.64), dus de zinsconstructie zal geen problemen opleveren voor het begrip van de tekst.

Staan woorden die grammaticaal bij elkaar horen bij elkaar?

In de folder worden woorden die grammaticaal bij elkaar horen bijna altijd dicht bij elkaar geplaatst: hierdoor is de zinsbouw direct duidelijk (Renkema, 1989 in: Burger & De Jong, 2009, p.135). De informatie die bekneeld kan raken wordt aan het einde van de zin geplaatst. Op één plek in de folder staan de woorden die grammaticaal bij elkaar horen niet bij elkaar. Dit is in de tekst 'Het verplichte eigen risico'. Dit stukje tekst bestaat uit één zin. De eerste woorden zijn 'Het verplichte eigen risico van €165,-' daarna volgt een tekst tussen haakjes, daarna een bijzin en daarna komen de woorden: 'is niet van toepassing op' die er grammaticaal bij horen pas. De begrijpelijkheid van de tekst wordt door de grammaticale connectie van woorden dus, op bovenstaande zin na, overal in de tekst bevorderd.

5.1.2 Structuur

Zijn er kopjes aanwezig?

De aanwezigheid van kopjes bevordert de begrijpelijkheid van de folder (Hyona & Lorch, 2004, p.147). Boven de lopende teksten in de folder, boven de kaderteksten en boven het vergoedingenoverzicht zijn kopjes aanwezig. Naast kopjes boven de bijbehorende teksten zijn er ook kopjes bovenaan de pagina aanwezig. Deze kopjes zijn, 'Voor jong en oud, single of samen', 'Zorg goed geregeld voor u' en 'Vergoedingenoverzicht'. Door het gebruik van kopjes wordt de begrijpelijkheid van de folder dus vergroot.

Bevatten de kopjes tekst over het hoofdtopic? En zo ja: Hoever staat het kopje van het hoofdtopic af? Alle kopjes bevatten tekst over het hoofdtopic van de er onderstaande tekst.

Wanneer kopjes tekst over het hoofdtopic bevatten en wanneer de tekst over het hoofdtopic dichtbij het kopje staat, is een tekst begrijpelijker (Ritchey, Schuster & Allen, 2008, p.869).

Op de eerste pagina staat het kopje 'Het juiste product'. Hier wordt pas in de laatste alinea het hoofdtopic duidelijk. Tot die tijd is het onderwerp van de tekst vooral het klantpanel. Wanneer hier aan het begin duidelijker wordt aangegeven dat het hoofdtopic het 'het juiste product' is, wordt het ook duidelijker dat het klantpanel daaraan bijdraagt en is het onderwerp van de tekst begrijpelijker.

Ook bij het kopje 'Persoonlijke service' staat het hoofdtopic niet dicht op het kopje. Het stukje tekst dat eronder staat gaat namelijk over de bereikbaarheid van Agis en daarna pas over 'persoonlijke service', hierdoor lijkt het hoofdtopic van dit stukje tweeledig. Dit maakt de tekst minder begrijpbaar.

Bij de andere kopjes wordt direct in de eerste zin het hoofdtopic van het stukje tekst duidelijk door een stukje van het kopje te herhalen. De begrijpelijkheid van de tekst wordt door deze kopjes en bijbehorende tekst dus vergroot.

Staan er structuursignalen in de tekst, die de relatie tussen verschillende zinnen en alinea's duidelijk maken?

In de folder wordt veelvuldig gebruikt gemaakt van structuursignalen. Er staan signaalwoorden tussen zinnen en tussen verschillende alinea's, die de relatie tussen de verschillende onderdelen duidelijk maken. Op zinsniveau en alinea-niveau heeft de tekst dus een duidelijke structuur. Aangezien de tekst door structuursignalen sneller begrepen wordt, vergemakkelijken de structuursignalen het begrip van de tekst (Sanders, 2001, p.13).

Onder het kopje 'Persoonlijke service' wordt weinig gebruik gemaakt van structuursignalen. In dit stukje tekst worden twee belangrijke topics behandeld (zie hierboven), het onderscheid tussen de 'persoonlijke service' en 'bereikbaarheid van Agis' wordt niet door signaalwoorden verduidelijkt. Aan het einde wordt wel het structuurwoord 'kortom' gebruikt, maar de zin die erop volgt is geen volledige samenvatting van het voorgaande want de samenvatting gaat alleen maar in op de 'persoonlijke service' en niet op de 'bereikbaarheid van Agis'. Door meer structuursignalen te gebruiken, zou de relatie tussen deze twee topics duidelijker kunnen worden.

De structuur van de gehele tekst wordt niet bevorderd door structuursignalen, omdat er geen structuursignalen worden gebruikt tussen de verschillende delen van de tekst. Hier valt dus ook meer aan de begrijpelijkheid te doen.

Staan er aan het begin van de paragraaf organiserende alinea's?

In de hele folder staan geen organiserende alinea's. Er wordt niet uitgelegd wat de opbouw van de folder is en waar je verschillende tekstonderdelen kunt vinden. Bij de verschillende aanvullende zorgverzekeringen wordt direct een overzicht gegeven van wat er wel en niet vergoed wordt, ook hier wordt niet eerst een klein stukje over de zorgverzekering zelf verteld. Organiserende alinea's zouden de begrijpelijkheid van de tekst kunnen vergroten (Slater, Graves & Piché, 1985 in: Sanders 2001, p.3). Dit is dus een punt waarop de folder volgens de literatuur een sterke verbetering zou kunnen maken.

Staat de belangrijke informatie van de tekst bovenaan?

De belangrijke informatie wordt beter onthouden wanneer het hoog in de tekst staat (Cirilo & Foss, 1980, in: Bos-Aanen, Sanders & Lentz, 2001, p.22). In de teksten van de folder als geheel staan eerst teksten over zorgverzekeraar 'Agis' zelf. Het is moeilijk te zeggen of deze informatie het belangrijkste is. De makers van de folder zouden dus zelf na moeten gaan wat ze het belangrijkste vinden en zouden dat bovenaan kunnen zetten. De teksten met uitleg over de begrippen basisverzekering, natura en restitutiepolis zouden dan bijvoorbeeld naar voren gehaald kunnen worden, wanneer deze belangrijk blijken te zijn.

De belangrijkste informatie van de alinea is, maar mijn mening, hetgeen dat in het kopje van de desbetreffende alinea aangehaald wordt. Hier geldt dus hetzelfde antwoord als op de vraag '*Staat het kopje dichtbij het hoofdtopic van de tekst?*'. Bij de alinea 'Het juiste product' en 'Persoonlijke service' staat de belangrijke informatie niet bovenaan bij de rest van de alinea's wel. De teksten 'Het juiste product' en 'Persoonlijke service' zijn dus minder makkelijk te begrijpen.

5.1.3 Vormgeving

Staat er een plaatje bij de tekst? En zo ja: Is het plaatje verklarend? Is plaatje passend bij de tekst?

In de folder staan bij de teksten 4 verschillende plaatjes. Bij elke hoofdtitel staat in ieder geval één plaatje. Plaatje 1 is een foto van het hoofd van een vrouw. Plaatje 2 is een foto van groep mensen, met verschillende leeftijden. Deze twee foto's staan samen bij de bij de titel 'Voor jong en oud, single of samen'. Plaatje 1 en 2 zijn dus niet verklarend maar wel passend bij het onderwerp dat in de tekst behandeld wordt.

Het derde plaatje, is een plaatje van mensen die een blad van een boom vast hebben. Deze staat bij de hoofdtitel 'Zorg goed geregeld voor u'. De link tussen dit plaatje en de tekst is niet duidelijk, ook is het plaatje niet passend of verklarend.

Het laatste plaatje staat bij het vergoedingenoverzicht bij een stukje over tandverzekering. Dit is een plaatje van een brede glimlach en een mooi gebit. Deze is wel passend maar niet verklarend bij de tekst. Een verklarend plaatje vergroot de begrijpelijkheid van de tekst (Gyselinck & Tardieu, 1994, p.148). Kortom de plaatjes in deze folder zijn (op plaatje drie na) wel passend en daarmee niet afleidend van de tekst, maar maken de tekst niet extra duidelijk.

Wordt er bij opsommingen gebruik gemaakt van een bullit-list?

In de folder wordt bij sommige opsommingen gebruik gemaakt van een bullit-list. Deze opsommingen zijn daardoor ook heel begrijpelijk en springen direct in het oog. Ze hebben dit bijvoorbeeld gedaan bij 'De pluspunten van Agis'.

Op een andere plek hebben ze dit niet gedaan, dit is bij de tekst over het verplichte eigen risico. Hier staat in de lopende tekst een opsomming over wanneer verzekerden van 18 jaar en ouder het eigen risico niet verschuldigd zijn. Door de opsomming in de lopende tekst is de kans groter dat de zin slecht begrepen wordt, want een opsomming in een lopende tekst wordt minder goed begrepen dan een opsomming in een bullit-list (Pandermaat & Lentz, 2009, p.5).

Worden belangrijke woorden wel of niet dikgedrukt?

In de folder wordt geen gebruik gemaakt van dikgedrukte woorden. Dikgedrukte woorden leiden af van de inhoud van de tekst en maken de tekst dus minder begrijpelijk (Lorch, Lorch & Klusewitz, 1995, p.57-59). Omdat de belangrijke woorden niet dikgedrukt zijn, is de folder dus goed te begrijpen.

5.1.4 Antwoord deelvraag 2

Uit de literatuurstudie zijn de elementen naar voren gekomen die de begrijpelijkheid van een folder vergroten. Dit geeft antwoord op deelvraag 2a: 'Wat is volgens de literatuur een begrijpelijke folder?' Een optimaal begrijpelijke folder heeft volgens de literatuur:

- geen moeilijk woorden of vaktermen of ze worden uitgelegd;
- weinig abstracte woorden, of er staat een betekenisvolle zin omheen;
- zinnen die de zinsconstructie naamwoordstijl hebben;
- de woorden die grammaticaal bij elkaar horen dicht bij elkaar staan;
- kopjes met het hoofdtopic van de bij behorende tekst;
- de tekst over het hoofdtopic dichtbij het kopje staan;
- structuursignalen die de relatie tussen verschillende zinnen en alinea's duidelijk maken;
- organiserende alinea's aan het begin van de tekst;
- de belangrijke informatie bovenaan staan;
- plaatjes bij de tekst, die passend bij de tekst zijn en de tekst verklaren;
- opsommingen in een bullit-list;
- geen dikgedrukte woorden.

Deze elementen heb ik bekeken in de folder 'Zorg goed geregeld voor u' en geven antwoord op deelvraag 2b: 'In hoeverre is de geselecteerde folder volgens de criteria opgesteld uit de literatuur begrijpelijk?'. De onderdelen van de folder die volgens de literatuur elementen hebben die de tekst begrijpelijk maken, zijn 'Altijd vinden wat u zoekt' en 'De pluspunten van Agis'. Deze onderdelen scoren hoog op begrijpelijkheid omdat er gebruik wordt gemaakt van opsommingen in een bullit-list.

Opsommingen in een bullit-list vergroten namelijk de begrijpelijkheid (Pandermaat & Lentz, 2009, p.5).

De onderdelen van de folder die volgens de literatuur op begrijpelijkheid te verbeteren zijn, zijn de teksten 'Het juiste product', 'Hoe selecteert u de juiste zorgverzekering', 'Toegang tot de beste zorg', 'Persoonlijke service', 'De basisverzekering', 'Verplichte eigen risico' en 'Het vergoedingenoverzicht.

'Het juiste product' heeft niet de hoofdinformatie bovenaan staan, en de link tussen het kopje en de hoofdinformatie staat niet dichtbij het kopje. Volgens Cirilo & Foss (1980, in: Bos-Aanen, Sanders & Lentz, 2001, p.22) en Ritchey, Schuster & Allen (2008, p.869) zou dit de begrijpelijkheid van de tekst verkleinen. Ook is het woord 'product' een abstract woord, waar geen betekenisvolle zin omheen staat. Ook dit kan het begrijpen van de tekst vertragen (Schwanenflugel & Schoben, 1983, 91; Schwanenflugel & Stowe, 1989, p.120).

In de tekst 'Hoe selecteert u de juiste zorgverzekering' staan de woorden natura- en restitutiepolis, dit zijn moeilijke woorden (zie bijlage 4) die niet uitgelegd worden. Het uitleggen van deze woorden zou de begrijpelijkheid van de folder verbeteren (Staak, 1992 In: Burger & De Jong, 2009, p.122-123).

De tekst 'Toegang tot de beste zorg' bevat één abstract woord, namelijk het woord kwaliteit. Om het woord kwaliteit staat geen betekenisvolle zin, dit is niet goed voor de begrijpelijkheid van de tekst (Schwanenflugel & Schoben, 1983, 91; Schwanenflugel & Stowe, 1989, p.120).

In de tekst 'Persoonlijke service' staat het hoofdtopic van de tekst niet bovenaan en is het hoofdtopic niet snel na het kopje genoemd, volgens Cirilo & Foss (1980, in: Bos-Aanen, Sanders & Lentz, 2001, p.22) en Ritchey, Schuster & Allen (2008, p.869) zou dit de begrijpelijkheid van de tekst verkleinen. Ook wordt in dit stuk tekst weinig gebruik gemaakt van structuursignalen. Het tekstje heeft twee hoofdtopics, 'persoonlijke service' en 'de bereikbaarheid van Agis', de relatie tussen deze twee topics wordt door de structuursignalen niet verhelderd. Dit maakt de tekst moeilijk begrijpbaar (Sanders, 2001, p.13).

In de tekst over de basisverzekering wordt uitgelegd wat een natura en een restitutie polis is. Wanneer dit volgens de makers een belangrijk stuk tekst is, moet dit volgens de literatuur hoger in de folder staan (Cirilo & Foss, 1980, in: Bos-Aanen, Sanders & Lentz, 2001, p.22). Nu staat het laag in de folder, dit maakt de folder en de tekst op zich minder begrijpelijk.

De tekst over het verplichte eigen risico bevat een moeilijke woordcombinatie die niet uitgelegd wordt, dit maakt de tekst moeilijker begrijpbaar (Staak, 1992 In: Burger & De Jong, 2009, p.122-123). Ook staan de woorden die grammaticaal bij elkaar horen in dit stuk tekst niet bij elkaar. Tussen de woorden die bij elkaar horen staan woorden tussen haakjes en een bijzin, deze beknelde informatie maakt de tekst moeilijk leesbaar en daardoor onbegrijpelijk (Renkema, 1989 in: Burger & De Jong, 2009, p.135). Ten derde wordt in dit tekstje een opsomming gemaakt in de lopende tekst in plaats van in een bullit-list. Ook dit maakt de tekst moeilijker te begrijpen (Pandermaat & Lentz, 2009, p.5).

Ten slotte staat in het vergoedingenoverzicht ook een aantal moeilijke woorden, zoals GeboorteTENS, hospice (palliatieve zorg), antroposofische geneeskunde, probe, repatriëring en flebologie (zie bijlage 4). Volgens de literatuur maken deze woorden het lezen van het vergoedingenoverzicht moeilijker (Staak, 1992 In: Burger & De Jong, 2009, p.122-123).

De andere onderdelen van de folder (de inleiding, de tandverzekering, de vrouwenverzekering en 'kiezen voor betere zorg') hebben volgens de literatuur geen elementen die de teksten begrijpelijk of onbegrijpelijk maken.

Naar aanleiding van de begrijpelijkheidsanalyse op basis van de literatuur verwacht ik drie dingen:

Ten eerste is mijn verwachting dat de folder volgens de respondenten qua stijl redelijk begrijpelijk is. Er staan namelijk maar enkele moeilijke woorden of woordcombinaties in de tekst die helemaal niet uitgelegd worden. Ook staan er maar enkele moeilijke woorden in de folder die wel uitgelegd worden, maar niet op een logische plek: namelijk ergens klein in een hoekje als de moeilijke woorden al in de tekst zijn geweest. Daarnaast wordt haast geen gebruik gemaakt van abstracte woorden, behalve bij het woord 'kwaliteit' en 'product'. Bovendien levert de constructie van de zinnen geen problemen op voor de begrijpelijkheid aangezien er alleen werkwoordstijl gebruikt wordt. Ten slotte bevordert de grammaticale connectie van de woorden in de zin bijna overal de begrijpelijkheid van de tekst in de folder.

Ten tweede verwacht ik dat de respondenten vinden dat er qua structuur aardig wat te verbeteren is aan de folder. Dit hoewel er ook goede elementen te vinden zijn. De kopjes geven namelijk goed de structuur aan van de folder. Bij de meeste kopjes wordt ook de begrijpelijkheid vergroot doordat het hoofdtopic van de tekst in het kopje staat en doordat het hoofdtopic en het kopje dichtbij elkaar staan. Alleen bij 'Het juiste product' en 'Persoonlijke service' kan de afstand van het kopje en het hoofdtopic van de tekst verbeterd worden, ten behoeve van de begrijpelijkheid van de tekst. Bij het de tekst onder het kopje 'Persoonlijke service' wordt ook weinig gebruik gemaakt van structuursignalen die duidelijk zouden kunnen maken wat de relatie tussen de twee onderwerpen van het stukje is. Ook verwacht ik dat de respondenten de structuur niet duidelijk vinden omdat de structuur van de gehele tekst niet bevordert door structuursignalen. Daarnaast wordt geen gebruik gemaakt van organiserende alinea's, deze zouden helpen de structuur van de gehele tekst duidelijker te maken en daarmee helpen de begrijpelijkheid van de tekst te verbeteren. Ten slotte staat de belangrijke informatie bij de alinea's 'Het juiste product' en 'Persoonlijke service' niet bovenaan, ook dit maakt de tekst moeilijker te begrijpen.

Ten derde verwacht ik dat de respondenten vinden dat qua vormgeving de tekst weinig elementen heeft die de tekst slecht begrijpelijk maken, maar ook weinig elementen die de tekst optimaal begrijpelijk maken. De plaatjes maken de tekst namelijk niet slecht begrijpelijk, want bijna alle plaatjes passen bij de tekst. Echter wordt de begrijpelijkheid van de tekst ook niet vergroot, omdat de plaatjes niet verklarend zijn. De opsommingen in de folder worden op de meeste plekken weergegeven in een bullit-list, dit zorgt ervoor dat de opsommingen beter begrepen worden. Op één plek wordt het niet gedaan, namelijk bij het stukje 'Het verplichte eigen risico'. Belangrijke woorden worden in de folder niet dikgedrukt, hierdoor zouden de respondenten de tekst begrijpelijk moeten vinden.

Kortom ik verwacht dat de respondenten de meeste negatieve opmerkingen zullen hebben over de structuur van de tekst, omdat de folder op dat facet het slechts uit de begrijpelijkheidsanalyse komt. Daarna verwacht ik de meeste negatieve opmerkingen over de stijl van de tekst en de minste negatieve opmerkingen verwacht ik over de vormgeving van de tekst. Uit de antwoorden van de consumenten zal blijken wat het best en slechtst beoordeeld wordt.

5.2 Interviews consumenten

5.2.1 Oordeel folder

In deze paragraaf worden de onderdelen van de folder behandeld, die door respondenten opvallend positief of negatief beoordeeld werden. De meeste onderdelen werden door hoger en lager opgeleiden hetzelfde beoordeeld, enkele onderdelen werden door hen verschillend beoordeeld. De tussenkopjes bij het topic 'Oordeel folder' zijn de onderdelen waar de meeste plussen en minnen bij werden gezet.

5.2.1.1 Het stappenplan

Bij het stappenplan zijn zowel minnen als plussen gezet. De meningen over het stappenplan zijn echter, zowel bij de hoger als bij de lager opgeleiden, overwegend positief. Eén reden voor een plus, die een aantal keer genoemd werd, is dat de hoger en lager opgeleiden de vorm van het stappenplan vinden passen bij de handeling die men uitvoert bij het uitzoeken van de verzekering.

"I: Het volgende stukje: het stappenplan, waarom heb je daar een plus bij gezet?"

G: ja omdat ze het heel duidelijk aangeven: je hebt een basisverzekering en dan kan je er iets aan opbouwen en dan kun je nog een beetje beter opbouwen. Dus je kan het net zo wensen als je het zelf wil." (H6)

Een andere reden dat het stappenplan positief gewaardeerd wordt, is omdat men het doel van een stappenplan kan waarderen.

"Dit stappenplan is gewoon heel duidelijk. Mensen willen gewoon graag een opsomming met wat moet ik doen." (H8)

"Hoe selecteert u de juiste zorgverzekering, dat kopje spreekt me aan. Dan staat er zeker precies hoe ik dat moet doen. Maar dat is niet wat ik eruit haal."(H5)

Zoals in het voorgaande citaat te lezen is niet iedereen helemaal positief over het stappenplan. De reden waarom het stappenplan door enkele hoger opgeleiden ook negatief is beoordeeld, is omdat ze de zinnen die in het stappenplan staan qua woordvolgorde niet duidelijk vinden, ook vinden ze de zinnen erg lang.

Het stappenplan wordt dus door bijna alle hoger en alle lager opgeleiden positief beoordeeld, enkelen vinden de invulling van het stappenplan niet goed, wel wordt door hen het doel van het stappenplan gewaardeerd.

5.2.1.2 De opsommingen

De meningen over de opsommingen zijn zowel bij de hoger als bij de lager opgeleiden verdeeld. De meeste hoger opgeleiden geven de opsommingen een plus omdat ze het een goede manier vinden om samen te vatten of de belangrijke conclusies te herhalen.

"Hier doen ze even kort op een rijtje zetten wat ze hier genoemd hebben, dus even samenvatten." (L6)

Enkele respondenten zijn echter negatief over de eerste en de derde opsomming, omdat dat volgens hen geen goede opsommingen zijn. Bij de eerste opsomming is niet duidelijk waarom de zin over een jongerenverzekering boven de opsomming staat, in plaats van met een bullet in de opsomming. Bij de derde opsomming staat er geen zin boven de opsomming waardoor het volgens de respondenten niet duidelijk is waar de opsomming over gaat. De respondenten vinden het doel van de opsomming, namelijk een conclusie, wel goed.

“Dat doen ze ook overal, dan geven ze aan het einde een soort conclusie, daar doen ze het dan in de vorm van een opsomming. Dus dat is wel goed.” (H8)

Ook bij de lager opgeleiden zijn er positieve en negatieve reacties op de opsommingen. De meerderheid van de lager opgeleiden is positief over de opsommingen, ze geven hierbij echter niet de reden dat het handig is dat het herhaald wordt zoals de hoger opgeleiden aangeven. De lager opgeleiden geven helemaal geen reden voor het zetten van het plusje.

De eerste opsomming werd ook door een lager opgeleide met een min beoordeeld. De reden voor de min is dat de site naam (takecarenow.nl) niet herkenbaar van ‘Agis’ is. De opsomming vindt ze verder niet slecht.

“Ik vind het goed dat ze zeggen wat je over al kan vinden, maar dat takecarenow komt nergens terug. Daar zou ik een andere naam voor verzinnen. Je kan niet zien dat het van ‘Agis’ is.” (L1)

Een opsomming met een herhaling of conclusie van de voorgaande tekst wordt door de respondenten met hogere en lagere opleiding dus als begrijpelijk ervaren, vooral wanneer boven de opsomming wordt vermeld waar de opsomming over gaat.

5.2.1.3 Panels, services en websites van ‘Agis’

De teksten over de panels, services en websites van ‘Agis’ worden door de hoger opgeleiden over het algemeen negatief beoordeeld. De hoger opgeleiden vinden het onduidelijk wat verschillende panels, services en websites van ‘Agis’ inhouden. Bij het klantpanel is het bijvoorbeeld niet duidelijk wie er in zitten en wat hun doel is.

“Ik denk dat er heel veel mensen zijn die denken klantpanel? Ze zouden best even uit kunnen leggen wat dat klantpanel dan doet en wie dat zijn.”(H3)

Bovendien vinden de hoger opgeleiden het raar dat de folder begint met een tekst over het klantpanel.

Ook ‘Agis helpt!’ vinden de hoger opgeleiden geen duidelijke service: voor hen is het niet duidelijk wat het primaire doel van ‘Agis helpt!’ is.

“Ik weet niet precies wat die service inhoud. En staat dan hier kunt u OOK terecht voor blabla.. maar ik snap niet waarom er OOK staat, want ik weet niet wat het eerste, de basis precies is, naast dat ik er terecht kan voor wachtlijstbemiddeling. En dan is het ook nog heel lastig dat er een ! achter staat, daardoor lijkt ‘t dat de zin ophoudt.” (H5)

Daarnaast wordt gezegd dat het niet duidelijk is wat de ‘Zorggids’ precies inhoudt en is het niet duidelijk wie de doelgroep is van de servicecentra in het buitenland. Ten slotte zijn de hoger

opgeleiden negatief omdat van de websites, vandaag.nl, takecarenow.nl en agisweb.nl niet duidelijk is voor wie het is, welk doel ze hebben en wat de verschillende websites onderscheidt. Volgens de hoger opgeleiden zou bij bovenstaande onbekende termen en services meer expliciet vermeld moeten worden wat ze inhouden.

Bij de lager opgeleiden zijn de reacties op de teksten over de panels, services en websites minder negatief. De lager opgeleiden hebben namelijk minder minnen gezet en zien minder onduidelijkheden. De verklaringen voor de minnen die bij de lager opgeleiden gegeven worden, zijn dat het niet duidelijk is wat het klantpanel doet en dat het niet duidelijk is voor wie de buitenlandse service centra zijn. Bij de hoger en lager opgeleiden worden dus enkele dezelfde redenen genoemd voor het zetten van de minnen. De lager opgeleiden vinden echter minder onduidelijk en noemen minder redenen dan de hoger opgeleiden.

5.2.1.4 De teksten over de basisverzekering en het eigen risico

Door de hoger opgeleiden worden de teksten over de basisverzekering en het eigen risico als slechte teksten beoordeeld. De helft van de hoger opgeleiden wist van tevoren niet wat een natura- en restitutiepols was en vindt de uitleg ook moeilijk te begrijpen. De andere helft wist wel wat een natura- en restitutiepols was, een enkeling daarvan zegt echter dat ze het toch zou uitleggen, omdat ze kan begrijpen dat er mensen zijn die het niet weten. Een reden waarom de uitleg volgens de hoger opgeleiden slecht is, is omdat het lange zinnen bevat en omdat er niet expliciet wordt gezegd dat er een uitleg gegeven wordt.

Ook de tekst over het eigen risico wordt als onbegrijpelijk gezien, deze bestaat namelijk uit één lange zin en heeft een dubbele uitzondering.

“Dit moest ik wel even twee keer lezen omdat daar een dubbele uitzondering bij staat en omdat de zin zo lang is. Dus ze hebben een uitzondering op een uitzondering.” (H6)

Een andere reden waarom het stukje over het eigen risico slecht wordt beoordeeld is, omdat enkele respondenten aangeven dat ze (in eerste instantie) niet begrepen wat zorg uit de BV was.

Ook bij de lager opgeleiden begrijpt bijna niemand wat een restitutie- en naturapolis is. Zij begrijpen echter ook niet dat de termen in het stukje tekst ‘De basisverzekering’ worden uitgelegd. Wanneer ik dit aan hen vertelde, vonden ze de uitleg van de termen slecht. Dit komt volgens hen door de lange zinnen en door de kleine letters.

Ook de tekst over het verplichte eigen risico vinden de lager opgeleiden te lange zinnen hebben en te kleine letters bevatten.

Als oplossing zouden de hoger en lager opgeleiden de uitleg over de natura- en restitutiepols explicieter maken, door bijvoorbeeld te verwijzen naar waar het uitgelegd wordt.

“Misschien is het dan handig dat ze nummertjes op de pagina maken. En dat ze dan in het stappenplan zeggen: je kan de uitleg vinden op bladzijde 2.” (L9)

De tekst over het eigen risico zouden hoger en lager opgeleiden verbeteren door de letters groter en de zinnen korter te maken en door de afkorting BV voluit te schrijven.

De teksten over de basisverzekering en het eigen risico worden niet alleen negatief beoordeeld vanwege de schrijfstijl en taalgebruik. Enkele respondenten, zowel hoger als lager opgeleiden, vinden de teksten over de basisverzekering en het eigen risico onbelangrijk. Ze geven

aan dat ze die teksten normaal niet zouden lezen. Dit komt niet door de inhoud van de tekst, maar doordat de opmaak volgens hen aangeeft dat het onbelangrijk is.

“en dit zou eigenlijk wel weg kunnen... Het is allemaal zo klein en nog meer tekst. Heel veel zinnen heel veel dingen in een klein hokje, echt zo van de kleine lettertjes, daar ga ik dan al vanuit dat ik het niet begrijp als ik het ga lezen weet ik wel wat er zo'n beetje instaat, maar dan moet ik het heel goed lezen. En daar heb ik geen zin in door die kleine lettertjes en die vele woorden en zinnen.” (H2)

“ja als ik dit lees dan wil ik ook snel naar dat schema, dus dan vergeet ik snel weer wat daar staat, dus neem ik ook niet echt goed de tijd wat er staat. Normaal zou ik dit niet lezen.” (L5)

Zoals in bovenstaande citaten te lezen willen de respondenten de tekst niet lezen door de kleine letters en de plek van de teksten over de basisverzekering en het eigen risico. De kleine letters en de plek worden namelijk geassocieerd met teksten die toch niet begrepen worden. Een andere reden waarom de tekst niet gelezen wordt is omdat het schema ernaast afleidt.

5.2.1.5 Overgang van teksten over 'Agis' naar het vergoedingenoverzicht

In de folder zijn enkele minnen gezet op de plek tussen de teksten over 'Agis' en vergoedingenoverzicht. Enkele hoger opgeleiden geven namelijk aan dat ze een overgang van de teksten over 'Agis' naar het vergoedingenoverzicht missen. Ze zeggen dat de teksten over 'Agis' heel algemeen zijn en het vergoedingenoverzicht ineens heel specifiek. Ze vinden dat de tekst op de eerste pagina's niet helpt bij het kiezen in het vergoedingenoverzicht: het maakt juist het contrast extra groot, omdat de eerste teksten heel makkelijk zijn.

“Ja nogmaals ik vind de stijl gewoon heel erg afwijken. Eerst krijg je een promotiepraatje en dan krijg je hier ineens allemaal vaktermen in één keer... En door de opmaak krijg ik het idee dat het een soort bijlage is, terwijl het juist belangrijk is.” (H8)

Een overgang van de teksten over 'Agis' naar het vergoedingenoverzicht zou volgens de respondenten een oplossing zijn. De overgang zou dan moeten helpen een keuze te maken in het vergoedingenoverzicht.

“Want dat is nu best moeilijk nu zo één twee drie te bepalen welke het beste bij mij past, dat is nu heel moeilijk te zien. Maar dan eerst een verhaaltje over de verzekering en dat ik weet wat het inhoudt en welke soort mensen daarbij horen, dan kan kijken wat er allemaal in zit en of ik dat echt wil. En dan kan ik daarna nog kijken of ik niet toch ook nog andere dingen wil.” (H5)

“Ik zou ik in die verhaaltjes gewoon laten zien wat het onderscheid tussen de verschillende polissen is. Zodat je weet waar je in ieder geval niet naar hoeft te kijken... Ik denk dat ik al eerder een schifting zou maken.” (H8)

De andere hoger opgeleiden geven niet aan dat ze deze overgang missen. Ook de lager opgeleiden geven niet aan dat ze een overgang missen. Wel waren de lager opgeleiden niet voorbereid op (het lezen van) het vergoedingenoverzicht en vonden ze het een hele opgave om het wel te gaan lezen (zie paragraaf 5.2.5.1). Een overgang zou hen wellicht ook meer voorbereiden op het vergoedingenoverzicht.

5.2.1.6 Het vergoedingenoverzicht

De meningen over het vergoedingenoverzicht zijn zowel bij de hoger als bij de lager opgeleiden verdeeld. Het vergoedingenoverzicht wordt door het merendeel van de hoger opgeleiden beoordeeld met een min. Eén reden hiervoor is omdat het vergoedingenoverzicht volgens de hoger opgeleiden incompleet is. Daarnaast vinden ze het onoverzichtelijk.

Ook zijn er enkele hoger opgeleiden wel helemaal tevreden over het vergoedingenoverzicht, zij vinden het vergoedingenoverzicht wel compleet en overzichtelijk.

De hoger opgeleiden die het vergoedingenoverzicht onoverzichtelijk vinden zeggen allemaal dat het komt door de hoeveelheid tekst en de grootte van de lettertjes.

“Want je krijgt zoveel informatie en op een gegeven moment duizelt het dan een beetje en dan weet je niet meer wat jij wilde kiezen.” (H8)

Daarnaast vinden ze het vergoedingenoverzicht onoverzichtelijk omdat ze niet zeker weten hoe het schema precies werkt.

“Omdat ik niet weet waar ik uit moet zoeken, waar ik moet beginnen. Ik heb een basisverzekering en dan kan ik aanvullende verzekeringen erbij kiezen. En mag ik kan mijn vergoedingen die hier staan erbij kiezen? Ik begrijp het niet.” (H8)

Enkele respondenten geven aan dat ze het vergoedingenoverzicht met een min beoordeeld hebben omdat ze de titel “Verstrekingen aanvullende verzekeringen 2010” geen logische titel vinden.

“Hier staat die titel verstrekingen aanvullende verzekeringen 2010, ik snap die titel niet. Of hij klopt niet, want ik snap de inhoud wel maar niet in combi met de titel.” (H5)

Ook raakt een hoger opgeleide door de titel in de war en denkt in eerste instantie dat de informatie onder de titel de basisverzekering is.

“G: ja dit zijn de basisvergoedingen in de basisverzekering en dit is dan wat je extra vergoed krijgt als je het uitbreid.

I: dus dit wordt in de basisverzekering vergoed?

G: ja dat zou ik zeggen ja.. (lange stilte) of dit is de eerste uitbreiding dat kan ook (lange stilte) ik denk dat dit de eerste aanvulling is. En dit is dan... zo ga je het verder uitbreiden.” (H7)

De kleurtjes, nummertjes en de schemavorm worden, zowel door de respondenten die het vergoedingenoverzicht overzichtelijk vinden als door de respondenten die het schema onoverzichtelijk vinden, positief ervaren omdat dit het onderscheid tussen de verschillende onderdelen vergroot.

De onderdelen die gemist worden in het vergoedingenoverzicht zijn teksten over hoe het schema werkt, een uitgebreide beschrijving van de vergoedingen die in de basisverzekering vergoed worden en een uitleg over de gezinspolis. Deze onderdelen zouden de hoger opgeleiden dan ook toevoegen om de folder compleet te maken.

Ook bij de lager opgeleiden zijn de meningen over het vergoedingenoverzicht verdeeld. De lager opgeleiden zijn wel enthousiaster over het vergoedingenoverzicht. Zij vinden het vergoedingenoverzicht namelijk wel compleet en overzichtelijk. Enkele opgeleiden geven aan dat ze niet helemaal positief over het vergoedingenoverzicht zijn. Zij zouden de link naar de

polisvoorwaarden in het vergoedingenoverzicht willen hebben.

“Ja zou niet kiezen voor ‘Agis’ want ik moet weer gaan zoeken naar de polisvoorwaarden en daar heb ik geen zin in.” (L1)

Daarnaast is een lager opgeleiden niet helemaal positief over het vergoedingenoverzicht omdat ze een uitleg over de gezinspolis mist. De rest van de lager opgeleiden is wel volledig positief over het schema. Net zoals bij de hoger opgeleiden vinden zij de kleurtjes, nummertjes en de schemavorm handig om het overzicht te bewaren.

5.2.2 Relevantie

5.2.2.1 Het vergoedingenoverzicht meest relevant

De hoger en lager opgeleiden vinden het vergoedingenoverzicht het meest relevant, in beide groepen wordt dit namelijk door de meerderheid gezegd. De reden waarom dit volgens de respondenten het meest relevant is, is omdat men in het vergoedingenoverzicht een vergelijking kan maken tussen verschillende verzekeringen en de daarbij horende vergoedingen. Hoeveel je vergoed krijgt is, volgens de respondenten, tenslotte waar het om draait bij het afsluiten van een verzekering.

“Ik ben alleenstaand momenteel en dan zou ik dus gaan kijken welke verzekering het beste bij mij past. Dan zou ik kijken en vergelijken. Het vergoedingen overzicht ga ik dus alleen gebruiken. Want sommige dingen zijn wel en niet van toepassing op mij. Dat ik begrijp bij welke verzekering welke vergoedingen zijn vind ik het belangrijkste als ik moet kiezen.” (L2)

“ja dit (vergoedingen overzicht) is het belangrijkste maar ze hebben het het minst tactisch en overzichtelijk gepresenteerd.” (H8)

Enkele hoger en lager opgeleiden zeggen het vergoedingenoverzicht het niet belangrijkste te vinden, maar de prijzen. Dat deze niet direct in de folder staan vinden zij een nadeel.

De meeste hoger en lager opgeleiden vonden het vergoedingenoverzicht dus het meest relevant, de hoger opgeleiden waren wel kritischer over het vergoedingenoverzicht (zoals vermeld in 5.2.1.6).

5.2.3 Belang

5.2.3.1 Begrip het belangrijkste bij het maken van een keuze

Op de vraag “Wat vind je het belangrijkste aan een tekst als je op basis daarvan een beslissing moet maken?” antwoorden zowel alle hoger als alle lager opgeleiden dat begrip voor hen het belangrijkste is. Het merendeel zegt direct dat begrip het belangrijkste is, de overigen noemen andere elementen die volgens hen leiden tot begrip. Zo is gezegd dat uiterlijk en overzichtelijkheid ook belangrijk zijn omdat dat de begrijpelijkheid ten goede komt.

“Nou het uiterlijk vind ik ook wel belangrijk. Maar dan vooral om het overzicht te bewaren zodat het makkelijk leest. je scant, dus je wilt de belangrijke informatie snel kunnen vinden, en je doet een verzekering afsluiten ook niet voor je lol, dus je moet het een beetje snel kunnen begrijpen.” (H8)

Uiterlijke kenmerken als kleur en schemaatjes kunnen volgens de respondenten helpen bij het creëren van begrip. Ook de inhoud van de tekst, bijvoorbeeld volledigheid en netheid (spelling en grammatica), helpt bij het creëren van begrip en daarmee met het maken van een keuze. Kortom de hoger en lager opgeleiden vinden begrip van de folder het belangrijkste bij het maken van een keuze.

5.2.4 Facetten van begrijpelijkheid

De hoger en lager opgeleiden noemen twee belangrijke hoofdthema's die de begrijpelijkheid van een tekst vergroten. Onderstaand worden de twee hoofdthema's benoemd en uitgelegd.

5.2.4.1 Talige elementen

De hoger en lager opgeleiden vinden dezelfde elementen belangrijk voor een begrijpelijke tekst. Ten eerste geven zij namelijk bijna allemaal aan dat er geen moeilijke woorden in de tekst moesten staan. Wanneer dit toch noodzakelijk is, moeten de woorden uitgelegd worden. Onder moeilijke woorden verstaan de respondenten niet Nederlandse woorden of vaktermen. Ten tweede geven de hoger en lager opgeleiden aan dat de zinnen kort moeten zijn. Onder kort verstaan zij weinig woorden en vooral maar één topic per zin. Ten derde moet de hele tekst volgens ongeveer de helft kort zijn. Te veel informatie zou begrijpelijkheid aantasten omdat men dan te veel moet lezen en het overzicht kwijtraakt.

"Ja kort houden, je kan wel heel veel gaan schrijven maar iets willen vertellen kan ook in weinig woorden en dan kan je er wel een heel verhaal omheen gaan zetten maar dan staat onderaan gewoon weer waar je ook mee begon en dan moet je zoveel lezen. Dan is het niet meer overzichtelijk." (L9)

Kortom de hoger en lager opgeleiden hebben op dit onderdeel de dezelfde reactie en vinden dat een begrijpelijke tekst kort is en geen moeilijke woorden en zinnen bevat.

5.2.4.2 Opbouw en vindbaarheid

Naast de bovenstaande talige elementen wordt volgens de hoger en lager opgeleiden ook de opbouw belangrijk gevonden voor een begrijpelijke tekst. Onder de opbouw verstaan de respondenten verscheidene facetten: inleidingen die bespreken waar de teksten over gaan en waar de des betreffende stukken te vinden zijn, kopjes die duidelijk maken waar het stukje tekst eronder over gaat, heldere opsommingen met herhalingen of conclusies, verschillende kleurtjes, schema's en nummertjes. Er is niet één facet dat het merendeel van de respondenten belangrijk vindt, maar het doel van de verschillende facetten is wel gelijk. Bijna alle respondenten vinden namelijk dat de vindbaarheid erg belangrijk is voor een begrijpelijke tekst, vooral voor een folder is de vindbaarheid erg belangrijk.

"Je wilt snel tot een resultaat komen. Je leest zo iets niet omdat je het een spannend verhaal vindt." (H7)

"Je scant, dus je wilt de belangrijke informatie snel kunnen vinden, en je doet een verzekering afsluiten ook niet voor je lol, dus je moet het een beetje snel kunnen begrijpen." (H9)

De respondenten geven dus aan dat de kleurtjes, een schema en nummertjes helpen bij de vindbaarheid van de belangrijke informatie in de tekst. Ze vinden deze facetten indirect tot begrijpelijkheid leiden. Tussen hoger en lager opgeleiden is geen verschil in de antwoorden: beide groepen vinden dat een begrijpelijke tekst een duidelijke opbouw heeft, zodat alles vindbaar is.

5.2.5 Observaties

Tijdens het afnemen en analyseren van de interviews waren verschillen zichtbaar tussen de lager en hoger opgeleiden die niet direct bevraagd werden in het interview. De verschillen zijn observaties op metaniveau, aangezien het niet direct over begrijpelijkheid van een tekst of de folder gaat, maar over het gedrag van de respondenten tijdens het lezen en beoordelen van de folder.

5.2.5.1 Leesinspanning

De reacties van de hoger en lager opgeleiden verschilden op het moment dat ze erachter kwamen dat ze ook het vergoedingenoverzicht moesten lezen. De lager opgeleiden vroegen bijna allemaal expliciet of ze het vergoedingenoverzicht ook moesten lezen: het vergoedingenoverzicht werd door hen niet automatisch gelezen. Wanneer ik hen dan antwoordde dat het wel de bedoeling was, gaven de respondenten de volgende antwoorden:

“wat is het nut dat ik dat vergoedingen overzicht ga lezen?” (L1)

“nou omdat je het zo aardig vraagt dan.” (L3)

“mmm, pfft. Oke.” (L5)

“ohnee he? Pfft.” (L6)

“En dan dit nog helemaal..?” (L7)

“oké. Pfft haha dit ook?. Oké jeetje.” (L9)

Uit de antwoorden is op te maken dat de lager opgeleiden of niet verwacht hadden dat ze deze pagina's moesten lezen of dat ze geen zin hadden om dit te lezen. De lager opgeleiden geven in elk geval aan dat ze geen zin hadden de rest nog te lezen.

Van de hoger opgeleiden was er ook één persoon die vroeg of ze het vergoedingenoverzicht nog moest lezen. Haar reactie niet negatief wanneer ze hoorde dat ze de extra pagina's ook moest lezen. Haar reactie was:

“Oké.” (H8)

De rest van de hoger opgeleiden lazen automatisch het vergoedingenoverzicht. Met andere woorden lijken de lager opgeleiden het een groter probleem te vinden alles te moeten lezen dan de hoger opgeleiden. Door de hoeveelheid tekst zouden de lager opgeleiden het liefst niet verder gaan met lezen. Terwijl ze het vergoedingenoverzicht wel het meest relevante onderdeel vonden, nadat ze het toch gelezen hadden.

5.2.5.2 Effect kleine lettertjes

De kleine lettertjes in de folder leiden bij de hoger en lager opgeleiden over het algemeen tot negatieve reacties. Bij het merendeel van de respondenten worden de kleine lettertjes op sommige plaatsen in de folder namelijk niet gewaardeerd. Vooral de kleine lettertjes van de teksten over de basisverzekering, het eigen risico en kiezen voor betere zorg vindt men vervelend.

De kleine lettertjes worden onder andere negatief gewaardeerd doordat het lezen van de kleine letters de respondenten meer energie kost, omdat ze zich meer moeten concentreren of een bril erbij moeten pakken.

“En met kleine lettertjes staat het dicht bij elkaar, dus dan is het moeilijker, want dan moet je extra vaak lezen en extra concentreren.” (L5)

De respondenten willen dus dat het lezen van de teksten hen zo min mogelijk energie kost. Maar niet alleen kosten de kleine lettertjes de respondenten meer energie, enkele respondenten geven ook aan dat de kleine lettertjes irritatie en wantrouwen opwekken.

“...echt zo van de kleine lettertjes, daar ga ik dan al vanuit dat ik het niet begrijp als ik het ga lezen weet ik wel wat er zo'n beetje instaat, maar dan moet ik het heel goed lezen. En daar heb ik geen zin in door die kleine lettertjes en die vele woorden en zinnen” (H2)

“Dit vind ik ook onduidelijk, voornamelijk de restitutiepolis. Dat kan van alles zijn. Maar het zijn niet voor niets de kleine lettertjes he?” (L2)

Concluderend worden de kleine lettertjes om twee redenen negatief beoordeeld. Ten eerste vinden de hoger en lager opgeleiden dat ze zich er te veel op moeten concentreren. Ten tweede zorgen de kleine lettertjes bij enkele respondenten voor irritatie en wantrouwen, voor hen zit er namelijk een negatieve connotatie aan kleine lettertjes.

5.2.5.3 Koppeling met eigen mening

Bij de hoger en lager opgeleiden vinden de respondenten het lastig de begrijpelijk los te koppelen van de inhoud van de tekst. Dit blijkt uit het verklaren van de plussen en minnen. Van de lager opgeleiden geeft meer dan de helft soms aan dat een plus of min staat voor het feit dat ze het eens of niet eens zijn met de inhoud van de tekst.

“en de pluspunten.. ze doen allemaal hun best. persoonlijke service, ja dat is echt zo. Hebben we ervaren.” (L6)

Ook bij de hoger opgeleiden vindt een enkeling het lastig de begrijpelijkheid van de tekst te scheiden van hun mening over de inhoud van de tekst. Ook hier wordt namelijk een plus met een inhoudelijk argument verklaard.

“Wat ik echt super positief vind is dat je kan aangeven wanneer je terug gebeld wil worden, want dat is vaak heel lastig, dan ben jij weer net niet te bereiken.” (H4)

Voor de respondenten met zowel hogere als lagere opleiding is het dus af en toe lastig plussen en minnen te zetten op basis van begrijpelijkheid. Bij de lager opgeleiden kan iets meer dan de helft moeilijk de inhoud loskoppelen van begrijpelijkheid, bij de hoger opgeleiden is dit een enkeling. De lager opgeleiden vinden het dus lastiger dan de hoger opgeleiden de begrijpelijkheid van de tekst los te koppelen van hun mening over de inhoud van de tekst.

5.2.5.4 Begrijpen van de tekst

Bij het zetten van de plussen en minnen zijn de lager opgeleiden positiever over de folder dan de lager hoger opgeleiden, terwijl de lager opgeleiden de tekst niet altijd helemaal begrijpen. Bij één gedeelte van de tekst is dit erg opvallend. Het merendeel van de lager opgeleiden zegt dat ze het

stukje tekst ‘De basisverzekering’ begrijpt en geeft de tekst een plusje. In dit stukje tekst wordt uitgelegd wat de natura- en restitutiepols is. Wanneer ik deze respondenten vervolgens vroeg of ze wisten wat een natura of restitutie pols was, wisten ze dit niet. Ze hadden ook niet door dat het in het stukje “De basisverzekering” uitgelegd werd. In de onderstaande geciteerde conversatie is goed te zien hoe de lager opgeleiden reageerden. De respondent had bij het stappenplan aangegeven dat hij niet wist wat een restitutiepols was.

“Ik heb eigenlijk één vraag, wat is restitutiepols.” (L6)

Het stukje over de basisverzekering had desondanks een plusje gekregen.

“I: en de basisverzekering, snap je wat het verschil tussen restitutie en natura is?”

G: ohja, oh, hier staat dus wat het verschil is. Even lezen. Oke ja nu begrijp ik het, maar eerst niet. En dan is dat volgende stukje duidelijk.

I: ja. Zorg uit de bv, u weet wat dat is?”

G: uhm nee dat is een goeie, die heb ik niet. Nee bij nader inzien weet ik niet wat dat is.” (L6)

Uit de opmerkingen van deze respondent blijkt dat hij twee keer niet doorhad dat hij de tekst niet begreep.

Van de hoger opgeleiden wist de helft van te voren al wat een natura- en restitutiepols was en wist de andere helft niet wat het was. Deze laatste groep gaf aan dat ze het na het stukje tekst “De basisverzekering” nog steeds niet begrepen. Van de hoger opgeleiden die niet wisten wat de natura- en restitutiepols was, kon iedereen aangeven dat ze het stukje tekst onduidelijk vonden. Ook konden sommige aangeven waarom ze het niet begrepen.

“Dan is dit stukje wel heel belangrijk, dat vind ik heel fijn dat ze dat erbij hebben gezegd. Ik weet alleen nog niet wat de natura en restitutie is maar goed.” (H5)

“Krijg je hier ineens allemaal vaktermen in één keer.

en als je het zo zonder voorkennis leest denk je echt woow wat een informatie. En dan heb je ook nog die kleine lettertjes en die GIGANTische zinnen.” (H8)

Er is dus niet per se een verschil tussen de hoger en lager opgeleiden in wat ze begrijpen, maar vooral of ze doorhebben of ze het wel of niet begrijpen.

5.2.6 Antwoord deelvraag 3

De meningen van de consumenten vormen het antwoord op deelvraag 3. Het eerste deel van deelvraag 3: ‘Wat vinden consumenten, met hoge en lage opleiding, belangrijk voor de begrijpelijkheid van een folder?’ kan nu beantwoord worden.

Tussen de antwoorden van de lager en hoger opgeleiden was bij het topic ‘facetten van begrijpelijkheid’ geen verschil in de kwaliteit van de opmerkingen. Ze vonden beide de facetten makkelijke woorden, korte zinnen en een korte tekst belangrijk voor de begrijpelijkheid van een tekst. Ook vonden ze kopjes, inleidende alinea’s, heldere opsommingen met herhalingen of conclusies, verschillende kleurtjes, schema’s en nummertjes leiden tot een tekst waarin alles goed vindbaar is. Een tekst die hoog scoort op vindbaarheid, is volgens de respondenten begrijpelijk. Vormgeving is geen apart onderdeel dat de begrijpelijkheid vergroot, maar helpt de vindbaarheid te vergroten.

Ook het tweede deel van deelvraag 3: 'In hoeverre is de geselecteerde folder volgens consumenten met hoge en lage opleiding begrijpelijk?' kan beantwoord worden.

Het stappenplan wordt door de meeste respondenten (zowel lager als hoger opgeleiden) als begrijpelijk ervaren omdat het kort en bondig uitlegt wat men op kan bouwen. Twee hoger opgeleiden vinden de zinnen die gebruikt zijn in het stappenplan te lang en onlogisch qua opbouw.

De opsommingen worden door bijna alle hoger en lager opgeleiden met een plusje beoordeeld: ze vinden het handig om aan het einde een conclusie of samenvatting te lezen. De lager opgeleiden verklaarden niet waarom ze een plusje hadden gezet.

Van de verschillende onbekende termen als panel, services en websites is vaak niet duidelijk wat het inhoudt en wat het doel is. Een expliciete vermelding hiervan zou de tekst volgens de respondenten begrijpelijker maken.

De teksten over de basisverzekering en het eigen risico worden door de hoger en lager opgeleiden vaak met een min beoordeeld. De hoger opgeleiden geven uit zichzelf aan dat ze de tekstjes moeilijk vinden. Het komt doordat ze de woorden natura- en restitutiepolis niet begrijpen, door de lange zinnen, door de dubbele uitzondering en door de afkorting BV. Wanneer de lager opgeleiden doorhebben dat ze de teksten niet begrijpen, wijzen ze op de lange zinnen, kleine lettertjes en de afkorting BV. De uitleg van de woorden natura- en restitutiepolis zouden de hoger en lager opgeleiden explicieter maken. Ook vindt een minderheid de teksten onbelangrijk en zouden de teksten niet lezen of zelfs uit de folder zouden schrappen. Dit kwam door de kleine letters en de plek van de teksten.

Door enkele respondenten is expliciet gevraagd naar een overgang tussen de teksten over 'Agis' en het vergoedingenoverzicht. De teksten over 'Agis' helpen volgens hen niet bij het kiezen in het vergoedingenoverzicht en dat zou de folder wel makkelijker maken. Door de andere respondenten is niet naar zo'n overgang gevraagd, wel schrokken vooral de lager opgeleiden wanneer ze het vergoedingenoverzicht zagen.

Het vergoedingenoverzicht werd door het merendeel van de hoger opgeleiden als niet begrijpelijk beoordeeld. Zij vonden het overzicht incompleet en onoverzichtelijk. Ook werd de titel "Verstrekingen aanvullende verzekeringen 2010" door enkele hoger opgeleiden niet dekkend gevonden. Bij de lager opgeleiden vond juist het merendeel het vergoedingenoverzicht wel begrijpelijk omdat het compleet en overzichtelijk was.

De hoger opgeleiden hebben dus vooral commentaar op de explicitering van bepaalde termen, het vergoedingenoverzicht en de teksten over de basisverzekering en het eigen risico. Het doel van de opsommingen en het stappenplan wordt door hen positief gewaardeerd. De lager opgeleiden zijn over het algemeen positiever over de folder, maar hebben wel enkele gelijke reacties op de folder als de hoger opgeleiden. In hoeverre de folder begrijpelijk is moet wel voorzichtig geconcludeerd worden omdat de respondenten (vooral de lager opgeleiden) niet altijd door hebben dat ze de tekst niet begrijpen. De opmerkingen die gegeven zijn, zijn dus alleen de dingen die de respondenten bewust opmerkten.

5.3 Interviews makers

5.3.1 Facetten van begrijpelijkheid

In het topic ‘facetten van begrijpelijkheid’ is een aantal dingen opgevallen. Eerst zal ik beschrijven wat de makers over het proces zeggen. Vervolgens komen de facetten aan bod die de makers belangrijk vinden voor begrijpelijkheid.

5.3.1.1 Proces

Alle makers vinden het lastig te beschrijven hoe het maakproces van folders en brochures in zijn werk gaat. De makers kunnen niet in chronologische volgorde vertellen waar het proces begint, waar het eindigt en wie erbij betrokken zijn. Dit komt volgens de makers omdat het proces per product verschilt.

“Dit klinkt allemaal wel een beetje rommelig, maar het is ook wel zo dat het per geval een beetje anders gaat.” (M2)

Wel komen enkele dingen terug in de verhalen van de makers. Voordat een folder gemaakt wordt, wordt eerst nagedacht over de proposities (producten, services en diensten) die aangeboden worden. De proposities worden bedacht door een projectteam. Dit projectteam probeert ook te bedenken wat de consument voor behoeftes heeft. De behoeftes en proposities worden samengevoegd in kernboodschappen. Deze moeten vervolgens samen met de drie peilers waar ‘Agis’ voor staat (juiste product, de beste zorg en persoonlijke service) terug komen in de folder. In de folders voor de niet-zakelijke kant worden de kernboodschappen vervolgens vertaald naar de verschillende levensfasen.

Wanneer verteld wordt over het proces begint geen van de makers over afspraken die gemaakt worden over begrijpelijkheid. Wanneer de makers gevraagd werd of ze afspraken hadden over begrijpelijkheid, zeiden ze alle drie dat het of eigen inzicht was of benoemden ze hun eigen ideeën over begrijpelijkheid.

*“I: Maakt u ook specifieke afspraken over de begrijpelijkheid van de tekst?
G: Dat is een stukje, basis, een stukje training.” (M1)*

De makers vertelden wel dat lijsten van moeilijke woorden en een handleiding over begrijpelijkheid beschikbaar zijn. Hierbij werd verteld dat ze vooral beschikbaar waren, maar niet vaak werden gebruikt.

Kortom in het proces worden geen afspraken gemaakt over de begrijpelijkheid van een specifieke folder. De maker moet gebruik maken van zijn of haar eigen expertise en kan een handleiding over begrijpelijkheid erbij pakken.

5.3.1.2 Taal

Alle makers vinden ‘makkelijke’ of ‘simpele’ taal de begrijpelijkheid van een tekst vergroten. Onder simpele taal verstaan ze korte, bondige zinnen, makkelijke woorden en geen jargon. Ook worden genoemd: het vermijden van tangconstructies, het gebruik van bedrijvende vorm en het gebruik van korte alinea’s. Dit zijn, volgens één maker, de taallessen zoals ze voorgeschreven zijn in de boeken.

“Maar die zijn gebaseerd op van die boeken die ik net noemde. Dat zijn echt taallessen.” (M1)

Ook noemen de makers van de folder simpele taal 'Jip en Janneke' taal .

"G: Ja toch wel een beetje wat men noemt Jip en Janneke taal, ik probeer echt wel iemand in mijn achter hoofd te houden die misschien wel niet echt een heel hoog opleidingsniveau heeft.

I: en Jip en Janneke taal is dan?

G: Ja heel makkelijk, eenvoudige woord keuze, makkelijke niet te lange zinnen." (M2)

Het is opvallend dat meerdere makers uit zichzelf een vergelijking maken tussen simpele taal en 'Jip en Janneke' taal, met als uitleg dat 'Jip en Janneke' geschreven is in simpele taal.

Een andere manier waarop de taal simpel is, is volgens een maker door de tekst voor één uitleg vatbaar maken.

"I: Je zei ook voor één uitleg vatbaar.. hoe doe je dat?

G: Nou dat is met die peilers, dat we die niet in headers gebruiken, zodat dat niet verkeerd geïnterpreteerd kan worden, maar dat we dat als bewijs hebben. zeg maar zo: 'en daarom heeft heeft u de beste zorg' dus dat het niet voor twee uitleggen vatbaar is." (M3)

De drie peilers van 'Agis' bevatten volgens deze maker woorden die verschillend geïnterpreteerd kunnen worden, zoals beste zorg en juiste product. Daarom wil ze deze woorden niet in de kop gebruiken, maar aanvoeren als bewijs of conclusie in de tekst.

Alle makers vinden dus dat een begrijpelijke tekst simpel moet zijn. Een simpele tekst (door hen ook 'Jip en Janneke' taal genoemd) proberen ze te bewerkstelligen door korte zinnen, geen moeilijke woorden en geen jargon te gebruiken. Daarnaast proberen ze de tekst voor één uitleg vatbaar te maken en gebruiken ze de taallessen zoals ze in 'de boekjes' geschreven staan.

5.3.1.3 Overzicht

Bij het creëren van begrip, wordt naast de talige elementen ook overzicht door de makers belangrijk gevonden. Overzicht creëert volgens de makers om twee redenen begrip. Ten eerste omdat de lezer niet alles leest, dus in één oogopslag moet kunnen zien waar het over gaat. Ten tweede omdat overzicht zorgt voor het managen van verwachtingen.

"...dat de lezer weet wat hij kan verwachten, dat hij voorbereid is." (M2)

Om de lezer in één oogopslag te laten zien wat in de folder staat en om de verwachtingen te managen, proberen de makers met verschillende elementen voor overzicht te zorgen. De elementen die voor overzicht zorgen, zijn volgens hen: tussenkopjes, streamers (losse zinnen boven de tekst), kolommen, opsommingen en verwijzingen.

5.3.1.4 Aandacht

Het derde onderdeel dat volgens de makers als een belangrijk onderdeel van begrip wordt aangewezen, is aandacht. Aandacht proberen de makers te verkrijgen door in te spelen op persoonlijke situaties, de lezers direct aan te spreken en duidelijk te maken dat ze weten in welke situatie de lezer zich bevindt.

"G:...zoveel mogelijk inspelen op individuele situaties en daarop aanspreken

I: Waarom beïnvloedt dat de begrijpelijkheid?

G: Nou ja het is misschien niet direct begrijpelijkheid als wel de lezer erbij houden. Zeg maar en dat heeft natuurlijk wel invloed op of ze het begrijpen." (M2)

Aandacht is volgens hen dus niet een onderdeel dat direct leidt tot begrijpelijkheid, maar wel indirect. Wanneer de aandacht weg is, wordt de tekst helemaal niet gelezen. Dus aandacht zorgt ervoor dat een tekst goed gelezen en daardoor begrepen wordt.

5.3.2 Relevantie

5.3.2.1 Vergoedingenoverzicht meest relevant voor lezer

Het meest relevante onderdeel voor de lezers is volgens de makers het vergoedingenoverzicht. De reden die alle drie de makers hiervoor opgeven is dat het vergoedingenoverzicht waarschijnlijk de basis is waarop de lezer de keuze maakt.

“Mensen hebben persoonlijke wensen, en ze willen weten of dat vergoed wordt.” (M1)

Daarnaast geven alle makers aan dat in het gedeelte voor het vergoedingenoverzicht dingen weergegeven worden die volgens hun relevant en belangrijk zijn.

“In de stukken ervoor prijzen wij dingen aan die voor ons aantrekkelijk zijn.” (M1)

De dingen die voor de makers belangrijk zijn, zijn de drie peilers: ‘Het juiste product’, ‘Toegang tot de beste zorg’ en ‘Persoonlijke service’. Daarnaast is het inspelen op de levensfasen belangrijk, zodat de consument snapt dat de verzekeraar rekening houdt met de behoeftes die de desbetreffende persoon in zijn of haar levensfase heeft. Deze zorgt ervoor dat de consument een zogenaamde ‘verzekering op maat’ kan afsluiten.

Voor de lezer is het vergoedingenoverzicht volgens de makers dus het meest relevant, maar voor ‘Agis’ is het belangrijk dat de drie peilers duidelijk worden en dat de klant weet dat bij ‘Agis’ een ‘verzekering op maat’ geleverd wordt.

5.3.3 Belang van begrip

5.3.3.1 Begrip belangrijk

De makers geven aan dat begrip van de tekst een belangrijk onderdeel is wanneer de lezer een keuze moet maken. Maar aangezien het volgens de makers een moeilijk proces is, zijn eerst andere dingen belangrijk die ervoor kunnen zorgen dat mensen überhaupt de tekst kunnen begrijpen. De eerste maker zegt dat vooral het uiterlijk ervoor zorgt of de mensen de folder gaan lezen.

“Alles wat er moeilijk uitziet schrikt af. Mensen hebben weinig tijd en dit is een low interest product, een verzekering, dus dat betekent dat je rekening moet houden dat het niet zo veel aandacht krijgt en dat betekent dat je het luchtig en aantrekkelijk probeert op te maken.” (M1)

Het uiterlijk moet dus niet afschrikken en juist luchtig zijn. Met luchtige opmaak en koppen probeert de eerste maker de lezer tijdens het scannen vertrouwd te laten raken met de folder. Ook zorgen de koppen ervoor dat de lezer al een stukje van de tekst begrijpt.

Een ander element dat volgens een maker belangrijk gevonden wordt, is dat de lezers aan de hand genomen moeten worden, omdat het een moeilijke keuze is.

“Nou ik zou het persoonlijk wel aan te bevelen vinden om de mensen meer bij de hand te nemen, en met een soort beslisboom ofzo, ja ze maken hiermee al een begin (stappenplan), maar ik denk dat het nog wel veel is om dan opeens een beslissing te nemen.” (M2)

Begrip van wat je kiest is dus belangrijk, maar in de geanalyseerde folder kan het begrip volgens deze maker nog wel wat verbeterd worden.

Ten slotte is een mening van een maker dat mensen aangesproken moeten worden: aandacht creëren voor het product is erg belangrijk.

“Ja begrip is heel belangrijk. Je moet je aangesproken voelen tot wat hier staat, als je je niet aangesproken voelt dan leggen mensen met meteen weg.” (M3)

De makers geven dus alle drie aan dat begrip erg belangrijk is. Maar aangezien een verzekering een low interest product is en omdat het keuzeproces moeilijk is, moeten eerst een aantal andere dingen goed zijn voordat de lezers de tekst überhaupt kunnen begrijpen: het uiterlijk moet luchtig zijn, de lezers moeten aan de hand genomen worden in hun keuzeproces en ze moeten zich aangesproken voelen.

5.3.4 Evaluatie folder

Bij het evalueren van de folder gaven de makers aan hoe ze geprobeerd hebben de folder zo begrijpelijk mogelijk te maken. Daarnaast gaven ze aan hoe achteraf hun oordeel op dat punt was. Om zo dicht mogelijk bij de logica van de makers te blijven, wordt de analyse gestructureerd naar hun gedachtegang. De manier waarop de makers de folder begrijpelijk hebben proberen te maken en hoe hun oordeel daar achteraf over is, wordt dus samen behandeld.

5.3.4.1 De taal begrijpelijk maken en oordeel achteraf

De antwoorden die door de makers gegeven zijn op de vraag ‘Hoe heeft u geprobeerd de folder begrijpelijk te maken?’ zijn zeer divers. Eén overeenkomst is dat de makers het afwegen van wat wel en wat niet uit te leggen een moeilijke keuze vonden.

“En soms moet je afwegen of je genoeg ruimte hebt om het uit te leggen... ja je hoeft het maar heel kort te doen. Als je het weer te uitgebreid doet kan je je afvragen gaan mensen nog meer pagina's lezen..” (M1)

De afweging om iets wel of niet uit te leggen hangt dus af van de beschikbare ruimte en of mensen het interessant genoeg vinden om te lezen. Wat volgens de makers in ieder geval uitgelegd moest worden was jargon. Zo zeiden alle drie de makers dat de betekenis van natura- en restitutiepolis uitgelegd moesten worden, wegens juridische redenen. Woorden als klantpanel worden niet expliciet uitgelegd, de makers denken dat dit soort woorden namelijk wel begrepen worden. Om toch een beetje duidelijk te maken wat dit soort woorden inhouden, zetten de makers betekenisvolle zinnen om de woorden heen.

“Door die toevoeging ‘iedereen kan in het klantpanel’, zou wel duidelijk moeten zijn dat jij daar bij wijze van spreke ook je klacht kwijt kan. Dat het iets is om je mening kwijt te kunnen.” (M2)

Een vertaalslag die volgens één maker ook erg belangrijk was voor deze folder, is het concretiseren van woorden, zoals bijvoorbeeld het woord zorgverlener. Zorgverlener is volgens deze maker een moeilijk woord, daarom heeft ze van dit woord in de folder tandarts of huisarts gemaakt. Het liefst zou ze ook zorgaanbieder concretiseren, maar dat werd te lastig.

De makers kunnen nog wel verbeteringen bedenken voor de folder. Eén verbetering gaat over de kop ‘Het juiste product’. Het woord ‘product’ is namelijk een abstract woord. De lezers zullen volgens de maker niet direct begrijpen dat product over een verzekering gaat. De maker geeft aan dat ze dat liever niet had gedaan, maar dat het van hogerhand toch zo was besloten.

“Alleen al het juiste product in een kop, ja een product dat vind ik niet echt een woord waar je aan denkt als je een zorgverzekering afsluit. Als tekstschrijver zit je heel erg aan dingen vast die terug moeten komen.” (M2)

Ook een andere maker wijst op de beslissing over de koppen van hogerhand. De drie peilers staan nu namelijk in de koppen, volgens deze maker zou het een verbetering zijn wanneer de drie peilers in de uitleg geplaatst worden als bewijs. Door de peilers als bewijs aan te dragen zijn de uitingen namelijk voor één uitleg vatbaar (zie 5.3.1).

Door de taal begrijpelijk te maken hebben de makers geprobeerd de complete begrijpelijkheid van de folder te vergroten. Van tevoren waren geen afspraken gemaakt over hoe ze deze folder specifiek begrijpelijk gingen maken, maar onder het begrijpelijk maken van taal verstaan alle makers het uitleggen van jargon, zoals bijvoorbeeld natura- en restitutiepolis. De afweging of een term uitgelegd moet worden is wel een moeilijke keuze, daar het afhangt van de beschikbare ruimte en de interesse van de lezers voor de uitleg. Sommige termen worden niet expliciet uitgelegd, maar rondom die woorden worden betekenisvolle zinnen gezet.

Wat volgens de makers nog verbeterd kan worden zijn de koppen op basis van de drie peilers. Deze zijn nu namelijk voor meer dan één uitleg vatbaar en het woord ‘product’ is te abstract.

5.3.4.2 De keuze vergemakkelijken en oordeel achteraf

Wat volgens de makers ook heel belangrijk is bij het begrijpelijk maken van de folder, is het vergemakkelijken van de keuze. De makers geven alle drie aan dat het stappenplan daar een goed voorbeeld van is.

“We vatten samen welke stappen je als consument kan doorlopen om goed verzekerd te zijn.” (M1)

Door de consument de verschillende stappen te laten zien, proberen ze de lezer bij de hand te nemen. De makers geven aan dat het kort en bondig is gedaan en daarom de begrijpelijkheid verbetert.

Ook geven de makers aan dat ze om de keuze te vergemakkelijken op verschillende manieren verwijzen naar wat komen gaat in de folder en wat daarvan de bedoeling is. Ze geven op de voorpagina aan dat in de folder een vergoedingenoverzicht is opgenomen, een ‘call to action’ (bijvoorbeeld “stap nú over”) zorgt voor een verduidelijking van het doel van de folder en de verwijzing naar het informatieblad maakt duidelijk dat er gekeken is naar de persoonlijke situatie van de lezers.

Wat volgens de makers ook helpt bij het vergemakkelijken van de keuzes is het samenvatten in opsommingen. De makers geven aan dat de opsommingen in de vorm van bullit-points ervoor zorgen dat de informatie beter blijft hangen. Daarnaast geeft één van hen aan dat het belangrijk is dat niet teveel bullit-points gebruikt worden.

“Mensen onthouden niet veel bullit-points: 3 is heilig, 4 al compleet, 5 is uitputtend. 7 bullit-points is veel te moeilijk te onthouden.” (M1)

De makers zijn over het algemeen erg tevreden over de manier waarop ze de keuze hebben geprobeerd te vergemakkelijken. De meeste makers denken dat het vergoedingenoverzicht duidelijk is.

“Dat schrikt mensen niet af naar mijn mening. Uit onderzoek blijkt ook meestal dat dit aanslaat, dit is de kern van de zaak, van wat mensen betalen en van wat mensen belangrijk vinden. Dat is praktische informatie waar ze wat mee kunnen. En dan willen ze dat wel opzoeken.” (M1)

De makers hebben er voor gekozen het vergoedingenoverzicht helemaal compleet weer te geven en niet een selectie te maken van de vergoedingen. Eén van de makers zegt tevens dat ze bewust hebben gekozen de basisverzekering niet in het schema toe te voegen, omdat die overal in Nederland hetzelfde is. De basisverzekering is niet het onderdeel waarop ze kunnen concurreren, de aanvullende verzekeringen wel. Wanneer de lezer precies wil weten wat in de basisverzekering vergoed wordt kan hij dat op internet opzoeken.

Eén maker deelt echter niet de mening dat de lezer in het vergoedingenoverzicht makkelijk genoeg een keuze kan maken. Deze vindt dat aan het vergoedingenoverzicht nog dingen te verbeteren zijn. De maker vindt namelijk dat niet alle namen van de aanvullende verzekeringen duidelijk zijn. Aan de namen van compact, compleet, comfort en comfortplus polis kan de lezer volgens haar niet zien wat de specialiteiten van die aanvullende verzekering zijn.

“Ja je ziet al wel als je een gezin hebt is de gezinspolis misschien iets voor mij, of als je ouder bent dan 50 de 50+. Maar de andere namen zijn wel moeilijk.” (M2)

Een verduidelijking van die namen zou volgens haar de keuze vergemakkelijken. Daarnaast vindt dezelfde maker dat de lezer meer aan de hand genomen moet worden bij het maken van een keuze.

“Nou ik zou het persoonlijk wel aan te bevelen vinden om de mensen meer bij de hand te nemen, met een soort beslisboom of zo, ja ze maken hier in het stappenplan een begin, maar ik denk dat het nog wel veel is om dan opeens een beslissing te nemen.” (M2)

Aangezien teksten op de eerste pagina's voor het vergoedingenoverzicht (op het stappenplan na) niet gaan over wat er in het vergoedingenoverzicht staat, lijkt het deze maker een goede beslissing daar nog wat aan toe te voegen, bijvoorbeeld in de vorm van een beslisboom.

Kortom om de folder begrijpelijk te maken is het volgens de makers belangrijk de keuze te voor de lezer te vergemakkelijken. Dit doen ze door een stappenplan toe te voegen, verwijzingen te maken naar wat in de folder gaat komen en door opsommingen te gebruiken.

Wat volgens één maker nog verbeterd kan worden om de keuze te vergemakkelijken is het verduidelijken van de namen van de aanvullende verzekeringen en het bij de hand nemen van de lezers door middel van een beslisboom.

5.3.5 Antwoord deelvraag 4

Deelvraag 4 is opgedeeld in twee vragen. Het eerste gedeelte van de deelvraag is: 'Wat vinden de makers van de folder belangrijk voor de begrijpelijkheid van een folder?'. Tijdens het maakproces van een folder is er een apart onderdeel waarin de makers gezamenlijk afstemmen wat de kernboodschappen van de folder worden. In dit onderdeel wordt gekeken naar de inhoud van de kernboodschappen, niet naar de begrijpelijkheid van de kernboodschappen. In de organisatie is wel een document aanwezig waarin opgezocht kan worden hoe men begrijpelijkheid moet bevorderen.

De makers wijzen drie verschillende onderdelen aan die de begrijpelijkheid vergroten. De eerste is simpele ('Jip en Janneke') taal. Hieronder verstaan ze korte zinnen, makkelijke woorden en het vermijden van jargon. Ook wordt er verwezen naar de taallessen die in de boekjes vermeld worden. Ten slotte moet de tekst voor één uitleg vatbaar zijn.

Het tweede onderdeel is overzicht. Dit is belangrijk omdat de lezer volgens de makers niet alles leest, maar scant en omdat met overzicht verwachtingen gemanaged kunnen worden. Overzicht proberen makers te bereiken door tussenkoppen, streamers, kolommen, opsommingen en verwijzingen te gebruiken.

Het derde onderdeel dat volgens twee makers de begrijpelijkheid bevordert is aandacht trekken. Aandacht trekken doen de makers door in te spelen op de persoonlijke situatie en behoefte van de lezer. Dit bevordert volgens de makers de begrijpelijkheid indirect, omdat de lezer de tekst weglegt wanneer hij zich niet aangesproken voelt.

Het tweede gedeelte van de vierde deelvraag, 'In hoeverre is de geselecteerde folder volgens de makers begrijpelijk?', gaat in op de evaluatie van de folder door de makers. De verschillende onderdelen waarop commentaar is gegeven worden besproken. Op deze wijze is straks een goede vergelijking te maken tussen het oordeel van de literatuur, de consumenten en de makers.

De kop 'Het juiste product' wordt door de meeste makers niet goed beoordeeld. De redenen hiervoor zijn dat 'product' een abstract woord is en dat 'het juiste product' op meerdere manieren uitgelegd kan worden. Daarom zou het in de tekst moeten staan als bewijs in plaats van als kop. Verder staat in de tekst over het juiste product het begrip klantenpanel de makers geven aan dat dit soort woorden wel begrepen worden. Wanneer dit niet het geval is kunnen de lezers het opmaken uit de betekenisvolle zin om het woord klantpanel.

De teksten 'Altijd vinden wat u zoekt' en 'Pluspunten van Agis' zijn opsommingen, volgens de makers bevorderen de opsommingen het maken van de keuze, omdat het herhaalt wat belangrijk is.

Het stappenplan is volgens de makers een onderdeel dat helpt de keuze te vergemakkelijken, wat weer leidt tot een beter begrip van de tekst. Omdat het kort en bondig is, is dit deel volgens de makers een goed onderdeel.

De kop 'Toegang tot de beste zorg' is net als 'Het juiste product' niet voor één uitleg vatbaar. Daarom wordt ook deze kop als minpunt van de folder gezien. In de tekst onder de kop wordt gebruik gemaakt van het woord 'zorgaanbieder', dit zou een maker liever concretiseren, zoals dat wel gedaan is bij het woord 'zorgverleners'. In de alinea eronder spreekt ze namelijk van een 'huisarts' en 'tandarts'.

Ook bij tekst over persoonlijke service zou de kop veranderd moeten worden. De tekst 'persoonlijke service' zou als bewijs terug moeten komen in de tekst in plaats van in de kop. Verder staat een opsomming in deze tekst, dit is volgens de makers een begrijpelijk element.

De losse streamers en 'calls to action' vergroten volgens de makers ook de begrijpelijkheid, omdat dit wanneer de lezer de tekst scant, al een indruk van de tekst krijgt. Op deze manier weet de lezer direct waar de folder over gaat en wat het doel van de folder is.

De teksten over de basisverzekering, het verplichte eigen risico en kiezen voor betere zorg worden al jaren gebruikt. Het zijn teksten met informatie die vanwege juridische redenen in de folder moeten staan. De makers hebben geen mening gegeven over deze teksten. Wel zeggen ze alle drie dat het belangrijk is dat een uitleg gegeven wordt van de begrippen natura- en restitutiepolis.

De meeste makers vinden het vergoedingenoverzicht een overzichtelijk schema en denken dat de lezer er goed mee overweg kan, omdat dit hetgeen is wat hij wilt weten. De basisverzekering is bewust niet toegevoegd in het schema omdat deze overall hetzelfde is. Eén maker is minder tevreden over het vergoedingenoverzicht en vindt dat sommige aanvullende verzekeringen een onduidelijke naam hebben. Het gaat hierbij om de compact, compleet, comfort en comfortplus verzekering. Daarnaast zou volgens deze maker de lezer wel een tussenstapje kunnen gebruiken tussen de teksten over 'Agis' en het vergoedingenoverzicht, een beslisboom lijkt haar een goed idee.

Over de teksten 'De tandverzekering' en 'De vrouwenverzekering' hebben de makers niets gezegd.

De punten die volgens de makers dus goed gelukt zijn, zijn het begrijpelijk maken van de taal door het uitleggen van jargon, zoals bijvoorbeeld natura- en restitutiepolis. De afweging of een term uitgelegd moet worden is wel een moeilijke keuze, daar het afhangt van de beschikbare ruimte en de interesse van de lezers voor de uitleg. Daarnaast hebben ze verschillende termen niet expliciet uitgelegd, maar hebben ze rondom die woorden worden betekenisvolle zinnen gezet. Volgens de makers is dit ook een goede oplossing om de tekst begrijpelijker te maken. Ten tweede zijn de makers tevreden over het begrijpelijker maken van de tekst omdat ze de keuze voor de lezer hebben vergemakkelijkt door een stappenplan toe te voegen, verwijzingen te maken naar wat in de folder gaat komen en door opsommingen te gebruiken.

Waar de makers op het gebied van taal nog niet tevreden over zijn, zijn de koppen op basis van de drie peilers. Deze zijn nu namelijk voor meer dan één uitleg vatbaar en het woord product is te abstract. Op het gebied van het vergemakkelijken van de keuze zijn de meeste makers tevreden, één maker vindt dat de lezer meer bij de hand genomen kan worden en dat sommige namen van de aanvullende verzekering beter uitgelegd kunnen worden.

6. Conclusie en discussie

In dit onderzoek is gekeken in hoeverre begrijpelijkheid belangrijk is voor een zorgverzekeringfolder en welke elementen dan de begrijpelijkheid vergroten. De deelvragen die hierbij opgesteld zijn, zijn ieder in een eigen paragraaf beantwoord. In dit hoofdstuk zal ik de hoofdvraag beantwoorden, kijken in hoeverre mijn verwachtingen uit zijn gekomen, opmerkelijke bevindingen presenteren en de resultaten proberen te verklaren. Ten slotte zal ik de beperkingen van dit onderzoek vermelden, suggesties doen voor vervolgonderzoek en aanbevelingen meegeven voor de praktijk.

6.1 Conclusie

De hoofdvraag van dit onderzoek is 'In hoeverre wordt begrijpelijkheid als belangrijk ervaren voor een zorgverzekeringfolder en welke elementen dragen daar aan bij?'. Hierbij is onderscheid gemaakt tussen wat facetten van begrijpelijkheid in het algemeen zijn en wat onder begrip in de specifieke folder wordt verstaan.

6.1.1 Facetten van begrijpelijkheid

Facetten van begrijpelijkheid zijn volgens de literatuur in drie facetten in te delen: stijl, structuur en vormgeving. De consumenten wijzen op twee facetten: taal en overzicht. De makers ten slotte geven ook drie belangrijke facetten aan: taal, overzicht en aandacht. Een vergelijking zal duidelijk maken welke elementen overlappen.

Ten eerste vinden de consumenten moeilijke woorden en zinnen vermijden belangrijk voor een begrijpelijke tekst. Dit komt overeen met de facetten die de literatuur geeft over de stijl van een tekst. Ook de makers geven aan dat een begrijpelijke tekst geen moeilijke woorden en zinnen moet bevatten. Ze spreken over het vermijden van abstracte woorden en jargon en over het vermijden van tangconstructies en dergelijke taallessen uit taalhandleidingen. Ook dit komt overeen met de facetten die de literatuur geeft over de stijl van een tekst. Daarnaast vinden de consumenten en de makers de hoeveelheid van de tekst belangrijk: de tekst moet kort zijn. Hier werd in de literatuurstudie niets over genoemd, voor dit onderzoek is dit dus een nieuw facet voor de begrijpelijkheid van een tekst.

Ten tweede vinden de consumenten overzicht belangrijk, dit wordt volgens hen gedaan door kopjes, inleidende alinea's en heldere opsommingen met herhalingen of conclusies. De makers noemen ongeveer dezelfde elementen die tot overzicht moeten leiden, ze noemen namelijk tussenkopjes, streamers (losse zinnen boven de tekst), opsommingen en verwijzingen. Deze elementen, genoemd door de consumenten en makers, komen overeen met de elementen die door de literatuur structuurelementen worden genoemd. Opvallend is dat de respondenten vinden dat de kleurtjes, een schema en nummertjes helpen bij de vindbaarheid van de belangrijke informatie in de tekst. Ze vinden deze facetten indirect tot begrijpelijkheid leiden. In de literatuur vallen deze onderdelen onder vormgeving. Vormgeving is volgens de literatuur een apart onderdeel dat de begrijpelijkheid vergroot. De consumenten en makers beschouwen vormgeving echter als subonderdeel van overzicht en leidt dus indirect tot begrijpelijkheid. Kortom de vormgeving leidt volgens de drie groepen tot begrijpelijkheid: volgens sommige direct volgens andere indirect.

Eén facet van begrijpelijkheid wordt maar door één groep genoemd, dit is het facet aandacht. Aandacht leidt volgens de makers tot begrip, omdat lezers eerst aandacht voor de tekst moeten hebben, willen ze de tekst überhaupt lezen. In de literatuurstudie is aandacht als apart deelproces naar voren gekomen. Volgens Hoeken (1998, p.103) is aandacht het eerste deelproces dat doorlopen moet worden om vervolgens de argumenten af te wegen en te accepteren. Aandacht

is in dit onderzoek dus niet een geheel nieuw element.

De hoofdelementen die volgens de literatuur, consumenten en makers dus bijdragen aan de begrijpelijkheid van een folder zijn taal (of stijl genoemd), overzicht (of structuur genoemd) en vormgeving (direct of indirect). Aandacht is een element dat alleen volgens de makers en de literatuur indirect tot begrijpelijkheid leidt.

6.1.2 Belang van begrip

Het belang van begrijpelijkheid voor een zorgverzekeringfolder is in dit onderzoek op drie manieren onderzocht. In de literatuurstudie is het A3-model (Hoeken, 1998, 103-109) beschreven, hierin werd geconcludeerd dat de consument op twee manieren de tekst kon accepteren: via de centrale en via de perifere route (Hoeken, 1998, p. 68). Hierbij verwachtte ik dat de consument om een keuze te kunnen maken, begrip van de tekst belangrijk zou vinden en niet naar perifere cues zoals de plaatjes zou kijken. De verwachting die op basis van de literatuurstudie gemaakt was, blijkt uit de antwoorden van de respondenten te kloppen. De respondenten vinden begrijpelijkheid van de tekst namelijk het belangrijkste. De perifere cues als kleur en lettertype kunnen volgens hen wel bijdragen aan de begrijpelijkheid van de tekst, maar geven niet de doorslag. Daarnaast onderschrijven ook de makers het belang van begrip. Aangezien een verzekering een low interest product is, zeggen zij eerst vooral aandacht te besteden aan uiterlijk, lezers aan de hand nemen en de lezers aanspreken. De lezers gaan volgens de makers de folder pas lezen wanneer aan deze drie dingen voldaan is, daarna is begrip het belangrijkste. Alle drie de invalshoeken laten dus zien dat begrip een essentieel onderdeel is voor het lezen van een zorgverzekeringfolder. Wel is er gradatieverschil: de makers vinden begrip wel belangrijk maar niet het belangrijkste voor de tekst. Aangezien de consumenten aangeven de tekst te willen begrijpen wanneer ze een keuze maken, is het belangrijk dat er aandacht wordt besteed aan het begrijpelijk maken van de tekst.

6.1.3 Oordeel over de folder

Naast het belang van begrip is ook gekeken naar het oordeel over de begrijpelijkheid van de geselecteerde folder. De verschillende onderdelen uit de folder zijn op basis van de criteria uit de literatuur, door de consumenten en door de makers beoordeeld. Op basis van de literatuur verwachtte ik dat de meeste opmerkingen gemaakt zouden worden over de structuur van de tekst, daarna over de stijl van de tekst en ten slotte over de vormgeving van de tekst. De consumenten hebben inderdaad over de structuur en de stijl van de tekst veel opmerkingen gegeven over de vormgeving werd haast niet gesproken. Een vergelijking van de drie invalshoeken zal duidelijk maken welke overeenkomstige en / of verschillende meningen er zijn over de onderdelen van de folder. Daarnaast zal de vergelijking inzicht geven in wat in de folder veranderd kan worden.

In de tekst 'Het juiste product' staan het hoofdtopic en het kopje te ver van elkaar vandaan, dit maakt de tekst moeilijker begrijpbaar volgens Ritchey, Schuster & Allen (2008, p.869). Daarnaast is het woord 'product' een abstract woord, dit bemoeilijkt het lezen van de tekst (Schwanenflugel & Schoben, 1983, p.91). De consumenten snappen van dit stuk tekst niet wat een klantpanel precies doet. Daarnaast vinden de consumenten de plaats raar waar het klantenpanel genoemd wordt, ze verwachten dit niet. De makers ten slotte vinden 'Het juiste product' een slechte kop omdat het juiste op meerdere manieren uit te leggen is en omdat 'product' een abstract woord is. De literatuur en makers geven dus aan dat de kop niet goed is. De consumenten geven níet aan dat de kop het probleem is, maar vinden de plaatsing van de tekst over het klantenpanel wel vreemd. Waarschijnlijk hadden zij dus wel iets anders verwacht naar aanleiding van de kop 'Het juiste product'. Het

veranderen van de kop zoals de makers noemen, zal dus wellicht een gedeelte van de ondervonden problemen oplossen.

De opsommingen in de vorm van bullit-points worden zowel door de literatuur (Pander Maat & Lentz, 2009, p.5) als door de makers positief beoordeeld. De consumenten vinden de opsommingen ook prettig, maar hebben commentaar op de eerste en derde opsomming omdat er geen logische zin of kop boven staat, die aangeeft wat er in de opsomming te vinden is. Een opsomming is volgens alle drie de groepen dus een element dat de begrijpelijkheid vergroot. Vooral de opsommingen met een betekenisvolle zin erboven vergroten, volgens de consumenten, de begrijpelijkheid van de tekst.

Over het stappenplan kan op basis van de literatuur geen uitspraak gedaan worden. Wel staan er twee moeilijke woorden in, namelijk natura- en restitutiepolis. Ook de consumenten vinden natura- en restitutiepolis moeilijke woorden en zouden deze uitgelegd willen zien of ze willen een verwijzing naar de plek waar het uitgelegd wordt. Het idee van een stappenplan vinden wel alle consumenten erg goed. De makers zijn ook zeer tevreden over het stappenplan, omdat het kort en bondig uitlegt wat er opgebouwd kan worden. Het stappenplan is dus een element dat de begrijpelijkheid van de folder vergroot, maar de woorden natura- en restitutiepolis moeten wel uitgelegd worden.

Volgens de literatuur zou de tekst 'Toegang tot de beste zorg' beter begrijpelijk zijn wanneer het abstracte woord 'kwaliteit' uitgelegd zou worden met een betekenisvolle zin er omheen (Schwanenflugel & Stowe, 1989, p.120). De consumenten zeggen over dit stukje tekst dat van de diensten 'De Zorggids' en 'Agis helpt!' expliciet uitgelegd moeten worden wat deze inhouden. De makers zeggen dat ze deze begrippen bewust impliciet uitleggen: ze verwachten dat de lezer het dan begrijpt. Daarnaast zeggen de makers dat de kop 'Toegang tot de beste zorg' op meerdere manieren uitgelegd kan worden. De meningen over dit stukje tekst zijn kortom erg verschillend. De literatuur en makers zeggen dat een impliciete uitleg over een onbekend of abstract woord duidelijk maakt wat het betekent. De consument wil daarentegen dat van de onbekende termen of diensten expliciet wordt uitgelegd wat ze inhouden.

In het stukje 'Persoonlijke service' worden twee hoofdt topics behandeld: de persoonlijke service en de bereikbaarheid van 'Agis'. Volgens de criteria uit de literatuur is de relatie tussen deze topics moeilijk te volgen omdat geen gebruik wordt gemaakt van structuursignalen (Sanders, 2001, p.13). De consumenten begrijpen niet waarom in dit stukje tekst over de servicecentra in het buitenland gesproken wordt. Ze snappen het doel en de doelgroep van dit stukje tekst niet. De makers hebben het bij de tekst 'Persoonlijke service' alleen over de onduidelijke kop, deze is namelijk weer op verschillende manieren uit te leggen. De opmerkingen van de consumenten en makers komen dus niet echt overeen met de literatuur. Maar wel zou de oplossing die de literatuur geeft, beter onderscheid maken tussen de twee hoofdt topics, de problemen die de consument en makers noemen kunnen oplossen. Omdat dan het doel, de inhoud en de relatie van de verschillende onderdelen uit het stukje tekst explicieter worden.

In het stukje tekst over de basisverzekering staan de woorden natura en restitutie. Volgens Cirilo & Foss (1980, in: Bos-Aanen, Sanders & Lentz, 2001, p.22) moet informatie zoals deze, wanneer het belangrijk is meer bovenaan in de tekst staan, dus niet (zoals nu) achteraf weggestopt. De consumenten vinden de woorden natura en restitutie belangrijke termen en moeten volgens hen duidelijker uitgelegd en niet in kleine lettertjes geschreven worden. De makers geven aan dat deze termen verplichte informatie zijn en zeggen dat ze het wel belangrijk vinden dat het uitgelegd wordt.

Aangezien de makers het belangrijk vinden dat de termen uitgelegd worden, is het advies van de literatuur relevant. De termen moeten op een prominentere plaats uitgelegd worden.

De tekst 'Het verplichte eigen risico' is volgens de criteria uit de literatuur een heel moeilijk leesbaar stuk. Dit komt door de woordcombinatie 'zorg uit de BV': moeilijke woordcombinaties verkleinen namelijk de leesbaarheid van de tekst (Stahl, 2003, p.245). Daarnaast is de tekst moeilijk doordat de woorden die grammaticaal bij elkaar horen ver uit elkaar staan (Renkema, 1989 in: Burger & De Jong, 2009, p.135) en doordat de opsomming die in de tekst staat, geschreven is in de lopende tekst en niet in een bullit-list (Pander Maat & Lentz, 2009, p.5). Ook de consumenten vonden dit stukje tekst erg moeilijk leesbaar. Dit komt volgens hen door de lange zin, een dubbele ontkenning, kleine lettertjes en omdat ze niet weten waar de afkorting BV voor staat. De makers hebben over dit stuk tekst niets gezegd, behalve dat het een verplicht stuk tekst is. Wanneer de makers dus willen dat het stuk tekst wel begrepen wordt, is het verstandig de afkorting BV (eerder) uit te leggen. Tevens zou de zin makkelijker gemaakt kunnen worden door bijvoorbeeld de dubbele ontkenning weg te halen, de zin korter te maken, de woorden die bij elkaar horen bij elkaar te zetten en door de opsomming in een bullit-list te zetten.

In het vergoedingenoverzicht staan volgens de literatuur moeilijke woorden, deze moeilijke woorden gaan over verschillende therapieën en hulpmiddelen. Volgens de consumenten en makers staan er ook moeilijke woorden in het vergoedingenoverzicht, maar weten mensen die de verschillende therapieën en hulpmiddelen nodig hebben wel wat het inhoudt. De consumenten vinden het vergoedingenoverzicht het meest relevante onderdeel van de folder. Wel maken een aantal elementen het vergoedingenoverzicht moeilijk leesbaar. De titel 'verstrekkingen aanvullende verzekeringen 2010' is niet duidelijk en de consumenten zouden willen weten wat er vergoed wordt in de basisverzekering. Daarnaast zouden ze willen weten of de vergoedingen van de gezinspolis per persoon of per gezin zijn. Wel zijn ze positief over de kleurtjes en cijfertjes, deze zorgen namelijk voor overzicht. Eén maker geeft aan dat de namen van de compact, compleet, comfort en comfortplus verzekering niet duidelijk aangeven wat erin verzekerd wordt. Twee makers geven aan dat het vergoedingenoverzicht compleet is en dat ze bewust hebben gekozen voor de vergoedingen van de basisverzekering niet op te nemen. Kortom de consumenten en makers zijn het niet met elkaar eens. De makers gaan er vanuit dat consumenten te veel begrijpen en zouden meer uitleg moeten geven om het vergoedingenoverzicht begrijpelijker te maken.

Eén onderdeel dat niet in de tekst staat, wordt door een gedeelte van de consumenten en door één maker gemist. Het onderdeel dat gemist wordt, is een overgang tussen de teksten over 'Agis' en het vergoedingenoverzicht. In de begrijpelijkheidsanalyse is niet naar voren gekomen dat er een onderdeel mistte. Daarom is de toevoeging van de meningen van de consumenten en makers heel waardevol. In de overgang zouden de consumenten meer aan de hand genomen moeten worden, zodat ze makkelijker een verzekering kunnen uitzoeken. Dit kan volgens de consumenten door de specialisaties te noemen van de verschillende aanvullende verzekeringen of door een uitleg van het schema te geven. Volgens de maker kan dit door de namen compact, compleet, comfort en comfortplus uit te leggen en een beslisboom toe te voegen. Aangezien de makers aangeven dat ze bij het begrijpelijk maken van de tekst letten op het vergemakkelijken van de keuze, zou het verstandig zijn een overgang toe te voegen.

In de tekst zijn dus vooral op woordniveau (het uitleggen van bepaalde termen) en op tekstniveau (uitleg over hoe de folder werkt) begrijpelijkheidselementen toe te voegen. Op zinsniveau (relaties tussen de verschillende zinnen) wordt de tekst wel goed begrepen. De

problemen op woordniveau zijn vooral met talige begripelijkheidselementen te verbeteren. De problemen op tekstniveau zijn vooral met structurele begripelijkheidselementen te verbeteren.

6.1.4 Verschillen hoger en lager opgeleiden

Op basis van de literatuurstudie had ik een verwachting over het verschil in antwoorden tussen hoger en lageropgeleiden: de lager opgeleiden begrijpen minder van de folder en willen meer elementen toevoegen die de begripelijkheid vergroten.

In het oordeel over de folder is één opvallend verschil tussen de hoger en lager opgeleiden naar voren gekomen. Het merendeel van de hoger opgeleiden vond het vergoedingenoverzicht incompleet en onoverzichtelijk. Echter bij de lager opgeleiden vond bijna iedereen het vergoedingenoverzicht wel compleet en overzichtelijk. Dit is dus het tegenovergestelde van mijn verwachting: juist de hoger opgeleiden begrepen de folder minder goed en wilden meer toevoegen om de folder begripelijker te maken. Waarom de hoger opgeleiden de folder minder goed begrepen dan de lager opgeleiden is niet te verklaren met de verkregen data. Wellicht heeft het te maken met de verwachtingen die de consumenten hebben en hebben de lager opgeleiden minder hoge verwachtingen van de folder dan de hoger opgeleiden. Maar voor onderbouwde verklaringen over dit verschil zou meer onderzoek gedaan moeten worden.

Naast het verschil in mening over het vergoedingenoverzicht, zijn enkele verschillen te noemen in het gedrag van de hoger en lager opgeleiden tijdens het lezen van de folder. Uit mijn onderzoek blijkt dat de lager opgeleiden minder gemotiveerd zijn dan de hoger opgeleiden om de hele tekst te lezen. De lager opgeleiden wilden namelijk liever niet het vergoedingenoverzicht lezen. Ook in onderzoek naar medicijnbijsluiters van Pander Maat & Versteeg (1994, p.4) wordt gezegd dat lager opgeleiden minder gemotiveerd zijn in het verwerken van teksten, aangezien zij er minder vaardig in zijn. Dat het de lager opgeleiden niet voorbereid waren op het lezen van de gehele folder of dat zij de hele folder liever niet wilden lezen, zorgde niet voor een negatiever oordeel over de folder. De hoger opgeleiden gaven juist vaker aan dat ze de folder niet begrepen. De lager opgeleiden begrepen ook enkele delen van de folder niet, maar hadden dit niet altijd door. Dat de oordelen niet altijd overeenkomen met de prestaties is bekend. Onlangs is in onderzoek naar medicijnbijsluiters ook geconcludeerd dat de evaluatie van de bijsluiter niet overeenkwam met de begripelijkheidstest (Pander Maat & Lentz, 2009, p. 9). Door onderzoekers die zich bezighouden met neuropsychologie wordt dit de 'performance preference dissociation' genoemd (Claxton, 2005). Dit houdt in dat wat mensen prefereren en daadwerkelijk kunnen van elkaar kan verschillen. Het komt doordat de mens bewuste en onbewuste hersenactiviteiten heeft. Niet alles wat de mens constateert wordt bewust gedaan en komt zodoende niet aan de oppervlakte wanneer er gevraagd wordt naar een evaluatie, maar wordt pas duidelijk wanneer er een performance task (een prestatie test) wordt uitgevoerd.

In mijn onderzoek blijkt dat de hoger opgeleiden beter kunnen aangeven wat ze niet begrijpen, dus wellicht meer bewuste hersenactiviteiten op dit gebied hebben. Wellicht is dit ook een verklaring voor het feit dat de hoger opgeleiden het vergoedingenoverzicht slechter vonden dan de lager opgeleiden. Naar het verschil tussen hoger en lager opgeleiden is op dit gebied nog geen onderzoek gedaan en bestaat dus nog een leemte. Maar uit dit onderzoek blijkt dat lager opgeleiden vaker dan de hoger opgeleiden niet door hebben dat ze de tekst niet begrijpen.

6.1.5 Kortom

Op de vraag: 'In hoeverre wordt begrijpelijkheid als belangrijk ervaren voor een zorgverzekeringfolder en welke elementen dragen daar aan bij?' kan geantwoord worden dat begrijpelijkheid door de literatuur, consumenten en makers heel belangrijk wordt gevonden. Een verzekering is een low interest product en lezers willen niet veel energie steken in het uitkiezen van een verzekering. Daarom moeten de consumenten de folder snel kunnen begrijpen. Vormgeving is volgens de literatuur, consumenten en makers een aspect dat (in)direct tot begrijpelijkheid kan leiden, maar is niet belangrijker dan de begrijpelijkheid van de tekst.

Volgens de makers is de aandacht van de lezer erbij houden belangrijker dan begrijpelijkheid van de tekst, omdat de begrijpelijke tekst anders niet gelezen wordt. Dus pas na aandacht is begrijpelijkheid van de folder belangrijk.

Voor een begrijpelijke folder is volgens de literatuur, consumenten en makers begrijpelijke taal nodig: makkelijke woorden, simpele zinnen en niet te veel tekst. Begripelijkheid wordt volgens de consumenten en makers niet alleen gedefinieerd als begrijpelijke taal, maar ze willen ook overzicht in de folder: dit managet de verwachtingen en helpt een keuze te maken. Ook door de literatuur wordt overzicht (structuur) als belangrijk element genoemd. In de literatuur wordt structuur vooral gezien als element dat de *tekst* begrijpelijker kan maken. De consumenten en makers geven overzicht daarnaast dus nog een andere functie: zij vinden namelijk dat overzicht ook de *keuzes* begrijpelijker kan maken. De facetten van begrijpelijkheid in het algemeen die de respondenten noemden, komen overeen met het oordeel over de folder. De meeste opmerkingen werden namelijk gemaakt over de taal in en het overzicht van de folder en dat waren ook de facetten die genoemd werden bij het topic facetten van begrijpelijkheid.

Kortom begrip is erg belangrijk voor een zorgverzekeringfolder, het advies in dit onderzoek luidt: 'zorg voor begrip: begrijpelijke taal en begrijpelijke keuzes'. Als in de zorgverzekeringfolders begrijpelijke taal gebruikt wordt en de lezer geholpen wordt keuzes te maken, dan is het voor de lezer makkelijker over te stappen naar een andere zorgverzekeraar. En zoals in de inleiding gezegd stimuleert het overstappen naar andere zorgverzekeraars de concurrentie en dat optimaliseert de vrije markt.

6.2 Discussie

6.2.1 Beperkingen en vervolgonderzoek

In dit onderzoek zijn enkele factoren die de resultaten van het onderzoek kunnen beperken. Zo is het sociaal wenselijk antwoorden van de consumenten en makers niet uitgesloten. Toch is dit denk ik niet het geval omdat ik beide groepen heb benadrukt dat de interviews geanonimiseerd werden en dat ik geen intelligentietest af nam. Hiermee heb ik geprobeerd een open sfeer te creëren en de respondenten op hun gemak te stellen. Aangezien de consumenten persoonlijke verhalen vertelden en de makers vertelden dat volgens hen sommige dingen in het maakproces wel verbeterd konden worden, heb ik het idee dat de sfeer inderdaad open was en de respondenten niet tot nauwelijks sociaal wenselijk geantwoord hebben. Maar 100% uitsluiten dat ik dit niet.

Een tweede factor die het onderzoek beperkt, is dat het onderzoek niet generaliseerbaar is naar de hele Nederlandse bevolking. Ik heb zeventien consumenten geïnterviewd, bij de selectie van de respondenten is alleen gelet op opleiding daarom zijn deze mensen geen representatieve afspiegeling van de Nederlandse bevolking. Aangezien het doel van interpretatief onderzoek geen generalisatie is, maar zicht krijgen in de betekenisgeving bij de respondenten, is deze beperking geen

gebrek (Boeije, 2005, p. 20). Na zeventien interviews met de consumenten was verzadiging bereikt, hierdoor is een goed beeld ontstaan van de betekenis van begrijpelijkheid bij de respondenten.

Ten derde kan de volgorde van de topics in het interview de resultaten enigszins gekleurd hebben. In het interview met de consumenten heb ik hen eerst gevraagd wat ze van de geselecteerde folder vonden en daarna wat ze onder begrijpelijkheid verstonden. De consumenten konden wel afstand nemen van de folder, daar ze eerst de tijd hadden gehad alles over de folder te zeggen. Toch heeft de folder wel onbewust dingen kunnen activeren. De gekozen volgorde was beter dan andersom, omdat (zoals uit de pretest bleek) de respondenten anders de vraag 'Wat is jouw beeld van een begrijpelijke tekst?' niet konden beantwoorden. Maar in vervolgonderzoek zou een oplossing bedacht moeten worden, waardoor de respondenten wel geactiveerd worden om over begrijpelijkheid te kunnen praten, maar niet op basis van de folder die als onderzoeksmateriaal gebruikt wordt.

In vervolgonderzoek zouden de respondenten ook eerst moeten oefenen met het zetten van plussen en minnen op basis van begrijpelijkheid van de tekst. De hoger en vooral lager opgeleiden vonden het namelijk lastig hun mening over de inhoud los te laten. Wanneer de respondenten van tevoren zouden oefenen met het zetten van plussen en minnen, zou de kwaliteit van de plussen en minnen wellicht verbeterd kunnen worden. Nu heb ik door te vragen naar de reden achter de plussen en minnen wel een valide methode gebruikt, maar zou de methode beter werken wanneer respondenten van tevoren zouden oefenen. In dit onderzoek zou het oefenen de respondenten, die vrijwillig en zonder vergoeding meededen, te veel energie kosten. Dit zou dan ten koste kunnen gaan van de rest van het onderzoek: de onderdelen waar het juist om ging.

De observatie dat vooral lager opgeleiden soms niet door hebben dat ze de tekst niet begrijpen, is een interessante ingang voor vervolgonderzoek. In dit onderzoek kan gekeken worden naar het verschil tussen hoger en lager opgeleiden met betrekking tot de 'performance preference dissociation'. Wanneer hier uitgebreider onderzoek naar gedaan wordt, moet het interview over wenselijke elementen uitgebreid worden met een begripstest. Zodat niet toevallig blijkt dat de tekst niet begrepen is, zoals in dit onderzoek het wel geval was.

6.2.2 Aanbevelingen

Voor de praktijk kunnen een aantal aanbevelingen gedaan worden. Deze kunnen opgedeeld worden in twee soorten aanbevelingen: algemene aanbevelingen voor in een zorgverzekeringfolder en specifieke dingen die in de geselecteerde folder veranderd kunnen worden.

Om een zorgverzekeringfolder begrijpelijk te maken:

- zijn opsommingen een goed onderdeel, wel moet er een betekenisvolle zin of kop boven;
- kan van diensten, services en website expliciet vermeld worden wat ze inhouden;
- kunnen moeilijke woorden uitgelegd worden of kan verwezen worden naar de plek waar ze uitgelegd worden;
- kan de lezer bij de hand genomen worden om een keuze te maken;
- wordt het liefst geen gebruik gemaakt van kleine lettertjes, die wekken namelijk wantrouwen en irritaties op;
- kan in een schema gebruik gemaakt worden kleurtjes en nummertjes.

In de geanalyseerde folder kan het volgende veranderd worden om hem begrijpelijker te maken:

- De term “‘Agis’ helpt!’ kan veranderd worden, het is namelijk een rare term door het uitroepteken. Het uitroepteken wordt daarnaast de eerste keer wel als leesteken gebruikt en de tweede keer niet.
- In het stappenplan kan uitgelegd worden wat natura en restitutie is, of kan verwezen worden naar de plek waar het uitgelegd wordt.
- Van het stukje persoonlijke service moet duidelijk gemaakt worden wat het hoofdtopic is: bereikbaarheid of persoonlijke service.
- De afkorting BV kan uitgelegd worden.
- De vergoedingen van de basisverzekering kunnen toegevoegd worden in schema of er kan een verwijzing gegeven worden naar de plek waar men de vergoedingen van de basisverzekering kan vinden.
- De zin in het stukje tekst ‘kiezen voor betere zorg’ kan versimpeld worden door de zin in te korten en door de dubbele uitzondering te vermijden.
- Een tussenstap tussen teksten over ‘Agis’ en vergoedingenoverzicht neemt de mensen meer bij de hand bij het uitzoeken van een verzekering bijvoorbeeld aan de hand van uitleg schema, of door het stappenplan door te trekken en de stappen één, twee en drie terug te laten komen in vergoedingenoverzicht.
- De specialisaties van alle aanvullende verzekeringen noemen helpt de mensen het onderscheid tussen de verzekeringen te verduidelijken en zo makkelijker een keuze te maken.
- De titel ‘verstrekkingen aanvullende verzekeringen 2010’ kan veranderd worden, want het zijn mogelijke verstrekkingen.
- Er kan een uitleg komen bij de gezinspolis, die bevat of de vergoedingen per persoon of per gezin zijn.

7. Literatuurlijst

Boeijs, H. (2005). *Analyseren in kwalitatief onderzoek: Denken en doen*. Amsterdam: Uitgeverij Boom.

Bos-Aanen, J., Sanders, T. & Lentz, L. (2001). *Tekst, begrip en waardering. Wat vertelt onderzoek ons over het effect van tekstkenmerken op begrip en waardering van informerende teksten bij kinderen en tieners?*. Amsterdam: Oxford House.

Burger, P. & Jong, J. de (2009). *Handboek Stijl. Adviezen voor aantrekkelijk schrijven*. Groningen: Martinus Nijhoff.

Burrell, G. & Morgan, G. (1979). Two dimensions – Four Paradigms, in: Frost, P.J., Lewin, A.Y., Daft, R.L. (eds): *Talking about Organization Science. Debates and Dialogue from Crossroads*, 107-122.

Carney, R. N. & Levin, J. R. (2002). Pictorial illustrations still improve students learning from text. *Educational Psychology Review*, 14, nr. 1, 5-26.

Claxton, G. (2005). *The Wayward Mind. An Intimate History of the Unconscious*. UK: Little Brown.

Deetz, S. (1996). Describing differences in approaches to organization science, in: Frost, P.J., Lewin, A.Y., Daft, R.L. (eds): *Talking about Organization Science. Debates and Dialogue from Crossroads*. p.123-152.

Dorsten, T. van (2005). *De zorg als bedrijf*. De zorgsector: historisch perspectief. Houten: Bohn Stafleu van Loghum, 16-21.

Freebody, P. & Anderson, R.C. (1983). Effects of vocabulary difficulty, text cohesion and schema availability on text comprehension. *Reading Research Quarterly*, 18, 277-294.

Gyselinck, V. & Tardieu, H. (1994). *Illustrations, mental models and comprehension of instructional text. Comprehension and Graphics*, Amsterdam: Elsevier Science, 139-152.

Henn, M., Weinstein, M. & Foard, N. (2006). *A short introduction to Social Research*. Londen: Sage.

Hetebrij, M. (2000). *Communicatief management : tussen macht en communicatie*, Alphen aan den Rijn : Samsom.

Hoeken, H. (1998). *Het ontwerp van overtuigende teksten. Wat onderzoek leert over de opzet van effectieve reclame en voorlichting*. Bussum: Coutinho.

Hyona, J. & Lorch, R. (2004). Effects of topic headings on text processing: evidence from adult readers' eye fixation patterns. *Learning and Instruction*, 14, 131-152.

Janssen Duyghuysen, R. (2005). *Visie en ontwikkelingen in de zorg. Waar ligt uw zorginstelling van wakker?* Amsterdam: Kennisbank.

Kintsch, W. (2004). The construction-integration model of text comprehension and its implications for instruction. In R. B. Rudell & N. J. Unrau (Eds.) *Theoretical models and processes of reading* (5th ed.) Newark: International Reading Association. 1260-1328.

Leeuwen, S. van (2005a). *Concurrentiestrategieën zorginstellingen: onderscheidend vermogen door een cliëntgerichte visie*. Amsterdam: Kennisbank.

Leeuwen, S. van (2005b). *Zorgmarketing noodzakelijk voor zorginstellingen*. Amsterdam: Kennisbank.

Loos, E. en Mante- Meijer, E. (2007). *De kiezende burger en het nieuwe zorgstelsel*. Houten: Bohn Stafleu van Loghum.

Lorch F., Lorch E.P., Klusewitz, M.A. (1995). Effects of typographical cues on reading and recall of text. *Contemporary Educational Psychology*, 20, 51-64.

Meas, F., Ummelen, N. & Hoeken, H. (1996). *Instructieve teksten, analyse ontwerp en evaluatie*. Bussum: Coutinho.

Mayer, R.E. & Gallini, J.K. (1990). When is an illustration worth ten thousand words? *Journal Educational Psychology*, 82, 715-726.

Ministerie van Volksgezondheid (2006). *Stand van zaken invoering DBC's*. DBO-CB-U-2682919 Den Haag: Ministerie van VWS.

Nederlandse zorgautoriteit (2007a). *Monitor ziekenhuiszorg 2007. Analyse van de marktontwikkelingen in het B-segment in 2007*. Utrecht: NZa.

Nederlandse zorgautoriteit (2007b). *Richting geven aan keuzes. Kunnen verzekeraars consumenten stimuleren naar gecontracteerde voorkeursaanbieders te gaan?* Utrecht: NZa.

Pander Maat, H. & Lentz, L. (2003). Waarom het lezersprotocol zo'n goede methode is om lezersproblemen op te sporen. *Tijdschrift voor Taalbeheersing* 25, 202-220.

Pander Maat, H. & Lentz, L. (2009). Improving the usability of patient information leaflets. *Patient Education and Counseling* (in press).

Pander Maat, H. & Versteeg, H. (1994). Hebben zwakke lezers baat bij korte bijsluiters? *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, 16, 1-16.

Renkema, J. (1998). De C3-analyse. *Tekst*, jaargang, 4, 29-31

Ritchey, K., Schuster, J. & Allen, J. (2008). How the relationship between text and headings influences readers' memory. *Contemporary Educational Psychology*, 33, 859-874.

Raad voor de Volksgezondheid & Zorg (2000). *De rollen verdeeld*. Zoetermeer: RVZ

Sanders, T. (2001). Structuursignalen in informerende teksten. Over leesonderzoek en tekstadviezen. *Tijdschrift voor taalbeheersing*, 23, 1, 1-21.

Sanders, T.J.M., & Wijk, C. van (2002). Taal en de cognitieve processen van productie en verwerking. In T. Janssen (Ed.), *Taal in gebruik; Een inleiding in de taalwetenschap*. Den Haag: Sdu, 45-59.

Schellens, P.J. & Maes, A. (2000). *Tekstontwerp. Taalbeheersing als communicatiewetenschap*. Bussum: Coutinho, p. 154-188.

Shannon, C. & Weaver, W. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*, Illinois: University of Illinois Press.

Stahl, S.A. (2003). Vocabulary and readability: how knowing word meaning affects comprehension. *Topic in Language Disorders*, 23, 3, 241-247.

Stahl, S.A., Jacobson, M.G., Davis, C.E. & Davis, R.L. (1989). Prior knowledge and difficult vocabulary in the comprehension of unfamiliar text. *Reading Research Quarterly*, 24, 27-43.

Schwanenflugel, P.J. & Schoben, E. J. (1983). Differential context effects in the comprehension of abstract and concrete verbal materials. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory and Cognition*, 9, 82-102.

Schwanenflugel, P.J. & Stowe, R. (1989). Context availability and the processing of abstract and concrete words in sentences. *Reading Research Quarterly*, 24, 114-126.

Westerhout, E. W. M. T. (2000). Kwaliteit en doelmatigheid in de zorg. In: Sociaal Cultureel Planbureau/Centraal Planbureau. Trends, Dilemma's en beleid. Essays over ontwikkelingen op langere termijn. Den Haag: SCP/CPB, p. 123-144.

Zorgverzekeraars Nederland (2010) Het stelsel.

(http://www.zn.nl/De_branche/Het_stelsel/Index.asp) laatst geraadpleegd op 09-03-2010.