

# Voice mail vs. Voice mail

Een onderzoek naar de invloed van natuurlijk taalgebruik in slecht nieuws berichten

## **Bachelor Scriptie**

Door: Peter Aerts

Studentnummer: 3171825

Onder begeleiding van: dr. Daniel Janssen

27 januari 2011

## **Samenvatting**

Ik heb in dit onderzoek gekeken naar de waardering van natuurlijke spraak in slecht nieuws berichten. Als medium heb ik gekozen voor voice mail. Om natuurlijke spraak na te bootsen heb ik gekozen voor het implementeren van gevulde pauzes, aangezien dit een van de kenmerkende elementen van natuurlijk taalgebruik is. Vervolgens heb ik in een tussen- proefpersonen ontwerp data verzameld onder 160 respondenten. Hiervan heeft de ene helft een versie zonder fouten of haperingen onder ogen gekregen. De andere helft heeft de gemanipuleerde versie gekregen, die was voorzien van gevulde pauzes. Als manipulatie check heb ik gekozen voor twee onderwerpen met ieder een replica, waardoor er in totaal vier voice mail fragmenten waren. Nadat de proefpersonen het fragment goed hadden beluisterd is hen gevraagd een vragenlijst in te vullen. De antwoorden op het merendeel van deze vragen zijn in zes verschillende clusters ondergebracht, om specifieke effecten te kunnen toetsen. De resultaten lieten een duidelijk beeld zien: Met of zonder gevulde pauzes spreken lijkt op basis van dit onderzoek niet uit te maken voor het imago en de overtuigingskracht van de zender. De respondenten hebben de fragmenten met gevulde pauzes wel significant als natuurlijker taalgebruik ervaren.

## Inhoudsopgave

1. Inleiding	3
2. Materiaal & Methode	6
2.1 Materiaal	6
2.2 Onafhankelijke variabelen	7
2.3 Afhankelijke variabelen	8
2.4 Proefpersonen	8
2.5 Ontwerp en procedure	9
2.6 Bewerking van gegevens	10
3. Resultaten	11
3.1 Begrijpelijkheid	11
3.2 Meegaandheid	12
3.3 Zender eigenschappen	12
3.4 Zender attitude	12
3.5 Bedrijfsimago	12
3.6 Natuurlijk taalgebruik	13
3.7 Rapportcijfer	13
3.8 Beperkingen	13
4. Conclusie	14
5. Discussie	15
6. Literatuur	16
Bijlagen	17

## 1. Inleiding

“Niemand houdt ervan slecht nieuws te krijgen en weinig mensen houden ervan het te moeten brengen. Het optimaliseren van slecht nieuws communicatie kan voor organisaties echter een belangrijke eerste stap zijn richting verbetering” (Fulk and Mani, 1986). Dit onderzoek is daarom gericht op de het verbeteren van zakelijke communicatie van slecht nieuws berichten. Ik ben hierbij geïnteresseerd in de perceptie van de ontvanger.

Eerder onderzoek van Jansen & Janssen (aangeboden) naar de effecten van slecht nieuws in email en voice mail berichten heeft al aangetoond dat voice mail op een aantal fronten een geschikter medium blijkt te zijn om slecht nieuws te mee te communiceren dan email. Om voice mail fragmenten vergelijkbaar te maken met de email berichten is gekozen voor een optimale stijl, waarbij de berichten vrij waren van fouten, pauzes en haperingen. De onderzoekers merken echter wel op dat de foutloze stijl er wellicht voor heeft gezorgd dat de voice mail berichten niet helemaal realistisch over zijn gekomen. Dit onderzoek gaat in op hun suggestie om voice mail berichten een natuurlijker karakter te geven.

De opbouw van dit onderzoek bestaat uit een theoretisch kader, waarin de belangrijkste begrippen met betrekking tot dit onderwerp aan bod zullen komen. Dit zal de beleefdheidstheorie van Brown & Levinson betreffen, gevolgd door een uitleg over de invloed van gevulde pauzes op spraak en het hyperpersonal model. Op basis van de deze literatuur volgen de hypotheses en onderzoeksvraag. Hierna is een uitgebreide omschrijving van het materiaal en de methode te lezen, waarna resultaten, conclusie en discussie volgen.

### *Beleefdheid*

Een van de meest invloedrijke theorieën op het gebied van communicatie is de beleefdheidstheorie van Brown & Levinson uit 1987. Deze theorie vertrekt vanuit de gedachte dat iedereen in een communicatieve situatie een ‘face’ heeft. Dit concept kan worden omschreven als:

Face refers to the "public self-image that every member [of a society] wants to claim for himself" (Brown and Levinson, 1987: 66). To maintain the other's face is to recognize and respect the claim members of society make with respect to each other in interaction. The act of communicating such an acknowledgment is politeness. (Yeung, 1997)

Volgens Brown & Levinson (1987) kan het concept face, of gezicht, zowel positief als negatief als negatief zijn. Ik zal voor de uitleg hiervan een kort voorbeeld geven, dat in de context van dit onderzoek gezien kan worden. Wanneer iemand een verzoek doet om een kapot horloge te laten repareren en deze claim wordt afgewezen zal dit zowel voor het positieve als voor het negatieve gezicht van de ontvanger (van het slechte nieuws) gevolgen hebben. Ook zal dit gevolgen hebben voor het gezicht van de zender (van het slechte nieuws), maar aangezien deze effecten in dit onderzoek niet meetbaar zijn zal ik dit verder niet behandelen. Het negatieve gezicht van de ontvanger zal worden beschadigd, doordat de afwijzing strookt met een van de basisbehoeften van de ontvanger, namelijk dat zijn acties niet worden gehinderd door anderen. Daarnaast zal ook het positieve gezicht van de ontvanger worden bedreigd, doordat de negatieve reactie van de schrijver duidelijk maakt dat het verzoek van de ontvanger ongewenst is. Daarnaast zal de ontvanger ook met het gevoel zitten dat hij niet genoeg persoonlijke aandacht heeft gekregen. Brown en Levinson (1987) suggereren dat met behulp van beleefdheidsstrategieën deze situatie verbeterd kan worden (Jansen & Janssen, aangeboden).

Brown en Levinson (1987) hebben vijftien positieve beleefdheidsstrategieën opgesteld, die al meerdere malen kritisch onderzocht zijn. Ik heb met dit onderzoek willen bekijken in hoeverre er een mogelijkheid is om een subtiele aanvulling te vinden op de reeds opgestelde strategieën.

Hierbij heb ik getracht een goede balans te vinden tussen duidelijkheid van een boodschap aan de ene kant en het behoud van een goed imago aan de andere kant, hetgeen als een grote uitdaging wordt gezien (Brown and Levinson, 1987). Om dit te toetsen heb ik gekozen voor slecht nieuws berichten, omdat deze berichten in het bijzonder schadelijk zijn voor het behoud van iemands gezicht. Vanwege dit schadelijke karakter worden slecht nieuws berichten ook wel gezichtsbedreigende handelingen genoemd (Face Threatening Acts) (Brown and Levinson, 1987).

Ik zal kijken in hoeverre zender het gezicht van de ontvanger kan beschermen, door te laten zien dat hij genoeg persoonlijke aandacht heeft voor de ontvanger. Dit zal voornamelijk gevolgen hebben voor het positieve gezicht van de ontvanger. In eerder onderzoek van Jansen en Janssen (aangeboden) naar slecht nieuwsberichten in email en voice mail is gebruik gemaakt van berichten, die foutloos waren ingesproken. Wanneer iemand slecht nieuws moet overbrengen zullen mensen daar over het algemeen moeite mee hebben. Het inspreken van een foutloos voice mail bericht kan mijns inziens vrij zakelijk overkomen, waardoor de ontvanger het gevoel kan hebben dat de zender nauwelijks moeite heeft met het slechte nieuws dat hij verkondigt en met de persoonlijke gevoelens van de ontvanger. Door te laten merken dat de zender het zelf ook moeilijk heeft met het vertellen van het slechte nieuws kan het gezicht van de ontvanger wellicht beschermd worden. Om dit te bewerkstelligen heb ik ervoor gekozen de boodschap van de zender te voorzien van gevulde pauzes.

### *Invloed van gevulde pauzes*

“Een pauze is een rustmoment dat door de spreker wordt ingelast tijdens het spreken om het vervolg van zijn boodschap te plannen of om structuur in zijn uiting aan te brengen (Leni De Brouwere & Ine Vandewalle, 2009).” Er zijn een aantal soorten pauzes te onderscheiden, waaronder de stille pauze, gevulde pauze of een verlenging. Ik heb in mijn onderzoek gekozen voor het gebruik van gevulde pauzes.

Een gevulde pauze bestaat uit een stopwoord (bijvoorbeeld ‘euh’) voorafgegaan en/of gevolgd door een stilte. Door een gevulde pauze maakt de spreker duidelijk dat hij nog niet uitgepraat is, maar dat hij nog eventjes moet nadenken over de rest van zijn boodschap. (Leni De Brouwere & Ine Vandewalle, 2009)

De keuze voor het gebruik van gevulde pauzes is gebaseerd op de gedachte dat dit de boodschap een spontaner en natuurlijker karakter geeft. “Omdat spontane sprekers tijdens het spreken nadenken over wat en hoe ze hun boodschap zullen gaan zeggen, aarzelen ze veel. De aarzelingen leiden tot (gepulde) pauzes (Kowal, Bassett & O’Connell, 1985).” Dat de spreker aarzelt en nadenkt over wat hij wil zeggen zorgt er naar mijn idee voor dat het lijkt dat hij zelf moeite doet en/of heeft om de negatieve boodschap over te brengen.

Uit eerder onderzoek van Jansen en Janssen (aangeboden) naar slecht nieuwsberichten in email en voice mail berichten is het volgende gebleken: “Our participants considered e-mail to be more comprehensible than voice mail and valued the persuasive and interpersonal characteristics of voice mail higher than those of e-mail.” (Jansen en Janssen, aangeboden). Op basis van deze conclusie mag worden aangenomen dat voice mail berichten al goed scoren op het inter-persoonlijke en overtuigende niveau. Door het toevoegen van gevulde pauzes, waardoor het bericht een natuurlijker karakter krijgt, wil ik nagaan of de resultaten nog beter worden.

Eerder onderzoek van Takuo Hayashi (1996) naar slecht nieuwsberichten heeft al laten zien dat slecht nieuws vaak gepaard gaat met ongemarkeerde elementen, zoals pauzes. Het volgende citaat ligt dit verder toe:

The basic claim of this view is that while preferred seconds are produced immediately after the first parts, dispreferred seconds are accompanied by marked features such as delays, accounts, prefaces, or mitigations (Levinson, 1983; Heritage, 1984; Atkinson and Drew, 1979; Hayashi, 1992; Pomerantz, 1984).

Naast dat slecht nieuws vaak gepaard gaat met pauzes, kunnen pauzes ook de indruk wekken dat het vervelende nieuws dat de spreker moet brengen, niet zijn eigen keuze of schuld is, maar eerder te wijten is aan omstandigheden die buiten zijn macht liggen. In het volgende citaat uit het onderzoek van Hayashi (1996) wordt deze uitspraak ondersteund:

When the speaker tries to refuse, he may be heard as providing background information to give the impression that the refusal is due not simply to his/her choice, but to inevitable circumstances beyond his/her control (Mey, 1993: 230). A dispreferred second to invitation may, for example, be produced by such an account combined with other redressive markers. (Atkinson and Drew, 1979: 58, also cited in Levinson, 1983: 333)

### *Hyperpersonal Model*

Een ander interessant inzicht over de mogelijkheden van voice mail berichten komt uit het onderzoek naar slechtnieuwsberichten in email en voice mail van Jansen en Jansen (aangeboden). In dit onderzoek verwijzen zij naar het hyperpersonal model (Walther 1996, Duthler 2006). Het volgende citaat geeft een korte omschrijving van dit model:

Within the hyperpersonal model communicators are not regarded as powerless medium consumers, who are totally dependent on the amount of cues a certain channel is able to pass through. Instead senders consciously use certain media characteristic (and thus shortcomings) to achieve their own communicative goals. Provided that senders know of the limitations of a channel, they will deploy stylistic means to remedy these. (Jansen & Janssen, aangeboden)

In tegenstelling tot Walther en Duthler zelf, die via het hyperpersonal model voornamelijk de tekortkomingen van voice mail ten opzichte van computer gemedieerde communicatie verklaren, komen Jansen & Janssen met een ander inzicht. Juist omdat zenders de tekortkomingen van een communicatiekanaal kennen, zullen ze dit met stilistische middelen proberen te verhinderen. Vanuit het hyperpersonal model kan worden aangenomen dat ontvangers van slecht nieuws een voice mail bericht positief zullen ontvangen, omdat het nu mogelijk is allerlei aanwijzingen uit de stem van de zender op te pikken. Doordat de ontvangers in staat zijn karakteristieke signalen voor natuurlijk taalgebruik, zoals de gevulde pauzes, op te vangen zal de zender meer als een spontane spreker overkomen. Spontaan taalgebruik kan in veel gevallen beter overkomen dan foutloze en voorgelezen spraak. Hoe spontaan taalgebruik zich verhoudt tot voorgelezen spraak, is terug te lezen in het onderstaande citaat:

Particularly the latter idea could imply that spontaneous speech with all its production errors is a deficient form of language usage. This, however, is in conflict with the finding that spontaneous speech, despite its hesitant nature, is often a better communicative means than fluent, read speech. It has, for instance, been shown that media professionals in interviews tend to speak spontaneously instead of reading their questions in order to secure effective interaction, showing that 'spontaneous' is not necessarily synonymous with 'functionally inadequate' (Kowal et al., 1985)

## *Hypotheses en onderzoeksvraag*

Op grond van de gevonden literatuur ben ik tot de volgende onderzoeksvraag en hypothesen gekomen:

Onderzoeksvraag: Wat is de invloed van gebruik van gevulde pauzes in slecht nieuwsberichten op de perceptie van de ontvanger?

H1. De voice mail berichten zullen overtuigender en persoonlijker zijn in de 'gevulde pauze' conditie dan in de voorgelezen conditie. Mijns inziens laat de zender door het gebruik van 'spontane taal' zien dat hij het zelf ook moeilijk heeft met het brengen van de negatieve boodschap. Ik denk dat dit bij de ontvanger voor meer sympathie zal zorgen, waardoor de zender en de organisatie positiever overkomen.

H2. De ontvanger zal de boodschap in de gevulde pauze conditie als meer natuurlijk ervaren. Door het toevoegen van gevulde pauzes, een kenmerkende eigenschap van spontane taal, zal de zender meer overkomen als een natuurlijke spreker dan iemand die aan het voorlezen is.

## **2. Materiaal en methode**

### *2.1 Materiaal*

Voor dit onderzoek zijn twee slecht nieuws fragmenten gebruikt. Het onderwerp van de eerste tekst is afwijzing van een sollicitatie, met als subonderwerpen: Sollicitatie naar een baan en sollicitatie naar een managementopleiding, beide teksten tellen 110 woorden (zie bijlage 1). Het onderwerp van de tweede tekst is afwijzing van reparatie van kapotte apparatuur, met als subonderwerpen: Een kapotte iPod of een kapot horloge, beide teksten tellen 96 woorden (zie bijlage 1). De slecht nieuws berichten die in dit onderzoek zijn gebruikt hebben beide een gerepliceerde versie, die alleen op subonderwerp verschilde. Deze replica's dienen als manipulatie check om te voorkomen dat gevonden effecten generaliseerbaar blijven tot slechts één bericht.

Naast de variatie op subonderwerp, die als manipulatie check dient, heb ik gekozen voor een extra tekst die op onderwerp van de eerste tekst verschilt. Dit is een tweede check, om te kijken of er geen verschillen in effect per onderwerp worden gevonden. Dit zou voor het onderzoek zeer onwenselijk zijn, aangezien gevonden effecten niet meer alleen aan de manipulatie van de onafhankelijke variabele kunnen worden toegeschreven.

Aangezien de voice mail berichten zonder gevulde pauzes uit eerder onderzoek van Janssen en Jansen (aangeboden) zijn gebruikt voor dit onderzoek, is het van belang dat dezelfde persoon ook de nieuwe scenario's in zou spreken. Om ervoor te zorgen dat de effecten niet worden beïnvloed door het gebruik van een andere stem, heeft dezelfde mannelijke spreker de fragmenten met gevulde pauzes ingesproken. Ik heb ervoor gekozen om de indirecte scenario's uit het onderzoek van Janssen en Jansen te gebruiken. Met indirecte scenario's wordt bedoeld dat er eerst argumenten worden gegeven, voordat er een afwijzing volgt. Op deze manier kan er beter naar het slechte nieuws worden toegewerkt, zodat de manipulatie mogelijk meer effect kan sorteren.

Over de precieze plaats van gevulde pauzes in natuurlijke spraak zijn geen empirische argumenten aan te voeren. Wel is uit onderzoek van Broecke (1988) gebleken dat er een behoorlijk accurate schatting is te maken van de plaats waar gevulde pauzes voor kunnen komen. Met behulp van een aantal vuistregels heb ik geprobeerd de gevulde pauzes op een zo natuurlijk mogelijke wijze in de fragmenten te implementeren. De twee voornaamste regels die ik hierbij heb gebruikt zijn: Een gevulde pauze komt vaak voor bij een telwoord en een gevulde pauze komt meestal voor tussen een inhoudswoord en een functiewoord. Functiewoorden zijn de woorden die het grammaticale verband tussen inhoudswoorden aangeven (Broecke, 1988). Functiewoorden zijn bijvoorbeeld lidwoorden, voegwoorden of hulpwerkwoorden. Inhoudswoorden zijn bijvoorbeeld zelfstandige naamwoorden of werkwoorden. Hieronder is een voorbeeld te zien van de implementatie van een gevulde pauze: (zie ook bijlage 1)

*Om deze (uh) drie redenen heb je de baan als manager helaas niet gekregen.*

## 2.2 Onafhankelijke variabelen

De enige onafhankelijke variabele die is opgenomen in dit onderzoek is 'gevulde pauzes'. Waarbij er wel of niet gebruik wordt gemaakt van 'gevulde pauze' in teksten.

Hieronder volgt een kort overzicht van de verschillende condities:

1. Tekst sollicitatie baan, met gevulde pauze
2. Tekst sollicitatie baan, zonder gevulde pauze
3. Tekst sollicitatie management opleiding, met gevulde pauze
4. Tekst sollicitatie management opleiding, zonder gevulde pauze
5. Tekst kapotte iPod, met gevulde pauze
6. Tekst kapotte iPod, zonder gevulde pauze
7. Tekst kapot horloge, met gevulde pauze
8. Tekst kapot horloge, zonder gevulde pauze

Om een duidelijk beeld van de manipulatie te geven volgen hieronder twee voorbeelden, die bestaan uit een gedeelte van de scenario's: (zie ook bijlage 1)

(voorbeeld met gevulde pauze)

*Goedendag, u spreekt met Ruben Bakker van Het Groene Hart,*

*Ik stuur je dit voice mailbericht in verband met het sollicitatiegesprek dat we (um) twee dagen geleden gevoerd hebben.*

(voorbeeld zonder gevulde pauze)

*Goedendag, u spreekt met Ruben Bakker van Managementopleidingen Nederland,*

*Ik stuur je dit voice mailbericht in verband met het gesprek dat we twee dagen geleden gevoerd hebben op de selectiedag.*



### 2.3 Afhankelijke variabelen

De invloed van de onafhankelijke variabele op de afhankelijke variabelen zal worden getoetst met behulp van een vragenlijst, die bestaat uit 7-punts likertschalen en semantische differentiaal schalen. Daarnaast bestaat de vragenlijst uit een waarderingsvraag, waarbij op een schaal van 1 tot 10 een rapportcijfer wordt gevraagd. Ten slotte krijgen de proefpersonen een open vraag voorgelegd, waarbij het begrip wordt gemeten, welke is opgenomen ter controle van de mate van het begrip onder respondenten. De afhankelijke variabelen die worden bevraagd zijn onderverdeeld in de volgende zes clusters: Begrip (vragen 2, 13,15) een voorbeeld van een dergelijke begripsvraag is: "Ik kan het bericht zonder moeite volgen." De tweede afhankelijke variabele is meegaandheid; (vragen 3, 9,11). Een voorbeeld van een vraag over meegaandheid is: "De redenen voor het besluit zijn aannemelijk." De derde afhankelijke variabele is zendereigenschappen; (vragen 10,14,19). Een voorbeeld van een vraag over zendereigenschappen is: "Ruben Bakker is vriendelijk." Het vierde effect dat wordt getoetst heeft betrekking tot de attitude van de zender; (17,18,20). Een voorbeeldvraag over attitude van de zender is: "Ruben Bakker stelt zich arrogant op." Het vijfde effect dat wordt getoetst is imago van het bedrijf (vraag 21,22,23). Een voorbeeldvraag om het imago van het bedrijf te toetsen is: "Mijn beeld van Het Groene Hart is", waarna waardering wordt gevraagd die van negatief naar positie loopt. Om te toetsen in hoeverre de proefpersonen het bericht als spontaan hebben beoordeeld heb ik een zesde cluster toegevoegd dat natuurlijk taalgebruik is genoemd (vraag 4,12,16). Een voorbeeldvraag is deze categorie is: "Je merkt dat de spreker het lastig vindt om het nieuws te brengen." Vraag 24; "het bericht bevat slecht nieuws", dient als manipulatie check om na te gaan in hoeverre het bericht door de proefpersonen als slecht nieuws werd gewaardeerd. Om te kijken in hoeverre de proefpersonen het bericht hebben begrepen dient de open vraag 25: "In het bericht worden drie redenen voor de beslissing genoemd. Geef de tweede reden in eigen woorden weer." Goede antwoorden zullen met de code 1 worden beoordeeld. Een foutief of geen antwoord zal de code 0 krijgen.

### 2.4 Proefpersonen

Per conditie zijn 80 proefpersonen bevraagd. De twee condities bestonden ieder uit vier teksten, waardoor de totale groep uit 160 participanten bestond. De proefpersonen waren minimaal 25 en maximaal 65 jaar oud. De ondergrens van 25 is genomen om studenten of scholieren uit te sluiten als eventuele participanten. Ik heb bewust gekozen voor deze ondergrens, de reden hiervoor is dat deze groep mogelijk weinig ervaring heeft met het solliciteren naar een baan of een management opleiding. Tijdens het verzamelen van de data heb ik geprobeerd een evenredige verdeling naar leeftijd en sekse per conditie en onderwerp aan te houden. Zoals in Tabel 1 is te zien, is de verhouding mannen en vrouwen zowel tussen de condities vrijwel gelijk.

**Tabel 1. Randomisatie sekse op conditie**

	Mannen	Vrouwen	totaal
Zonder pauze	42	38	80
Met pauze	39	41	80
totaal	81	79	160

Naast het streven om de verdeling mannen vrouwen zo gelijk mogelijk te houden heb ook geprobeerd de verdeling op basis van leeftijd gelijkmatig te krijgen. De gemiddelde leeftijd van het totaal aantal proefpersonen is 42 jaar. In beide condities ligt de gemiddelde leeftijd dicht bij het totale gemiddelde. De gemiddelde leeftijden zijn respectievelijk 41 (zonder pauze) en 43 (met pauze). In Tabel 2 is te zien dat de proefpersonen over de condities vrijwel gelijkmatig verdeeld zijn. Ik heb een scheiding gemaakt bij 42 jaar, omdat dit de gemiddelde leeftijd van het totaal aantal proefpersonen is.

**Tabel 2. Randomisatie leeftijd op conditie**

	Jonger dan 42	Ouder dan 42
Zonder pauze	53,8%	46,2%
Met pauze	52,5%	47,5%

Alle proefpersonen zijn werknemers van drie verschillende organisaties, en het merendeel had de Nederlandse nationaliteit.

## 2.5 Ontwerp en procedure

In dit onderzoek is gebruik gemaakt van een ontwerp, waarbij één onafhankelijke variabele is getoetst, die op meerdere niveaus wordt bekeken. De niveaus verschillen per onderwerp en subonderwerp. Er is gekozen voor een tussen proefpersonen ontwerp, waarbij één proefpersoon één bericht in één conditie te zien krijgt, om eventuele leereffecten te voorkomen.

Om omgevingsinvloeden zoveel mogelijk te beperken hebben de proefpersonen in een stille ruimte aan het onderzoek kunnen participeren. Vanuit praktische overwegingen heb ik ervoor gekozen om het voice mail bericht over te zetten naar een mp-3 speler. Voordat de proefpersonen het voice mail bericht mochten beluisteren is het scenario aan hen voorgelegd, zodat ze zich konden inleven in de situatie. Een voorbeeld van een van de scenario's is hieronder te lezen: (zie bijlage 1)

*Je hebt meegedaan aan een selectiedag voor een managementopleiding waar je heel graag voor toegelaten zou willen worden. Deze variant van de opleiding is uniek in Nederland. Je had je goed voorbereid voor het gesprek op de selectiedag en voor jouw gevoel ging het gesprek goed. Je hebt aan iedereen al verteld dat je denkt toegelaten te zijn. Een paar dagen na het gesprek ontvang je het volgende bericht als antwoord:*

De proefpersonen hadden de mogelijkheid om het bericht zo vaak als gewenst terug te luisteren. Echter, tijdens het invullen van de vragenlijsten diende het voice mail bericht niet meer in bezit van de proefpersoon te zijn, zodat bijvoorbeeld bij de begripsvragen niet teruggeluisterd kon worden. Nadat de proefpersonen het bericht hadden beluisterd werd een enquête afgenomen (in bijlage 2 zijn de volledige enquêtes te vinden).

## 2.6 Bewerking van gegevens

Voor de bewerking van de gegevens heb ik gebruik gemaakt van de clusters die eerder door Jansen & Janssen (aangeboden) zijn samengesteld. Met het gebruik van clusters is het mogelijk om een aantal zeer specifieke aspecten te toetsen. De clusters begrijpelijkheid, meegaandheid, zender eigenschappen, zender attitude en bedrijfsimago zijn eerder door Jansen en Janssen (aangeboden) gebruikt. Ik heb ervoor gekozen om naast deze vijf groepen nog een cluster toe te voegen dat bevraagd in hoeverre de zender als natuurlijke spreker overkomt. Dit cluster heb ik 'natuurlijk taalgebruik' genoemd.

Naast dat het merendeel van de antwoordmogelijkheden op de vragen opliep van een negatieve waardering naar een positieve, waren er vier vragen waarbij dit andersom was. De vragen 20, 21, 23 en vraag 3 (3<sup>e</sup> deel) liepen alle vier van een positieve naar een negatieve waardering. Om deze vragen vergelijkbaar te maken met de overige vragen zijn deze gehercodeerd, waardoor de volgende cijfers zijn veranderd: 1=7, 2=6 en 3=5.

Het cluster 'begrip', dat wordt gevormd door de vragen 2, 13 en 15 heeft een Cronbach's Alpha van 0,82. De onderlinge homogeniteit tussen de vragen 2,13 en 15 is hoog genoeg om samen het cluster 'begrip' te vormen.

Het cluster 'meegaandheid' wordt gevormd door de vragen 3, 9, 11 en heeft een Cronbach's Alpha van 0,63 en zijn nog net betrouwbaar genoeg om samen een cluster te vormen.

De vragen 10,14 en 19 vormen samen het cluster 'zendereigenschappen' en hebben een Cronbach's Alpha van 0,73. De onderlinge samenhang is hoog genoeg om deze vragen tot hetzelfde cluster te rekenen.

Het cluster 'zender attitude' wordt gevormd door de vragen 17,18,20 en heeft een Cronbach's Alpha van 0,65. De vragen vormen een onderlinge samenhang die hoog genoeg is om ze samen tot het cluster 'zender attitude' te rekenen.

Het vijfde cluster is 'bedrijfsimago' en wordt gevormd door de vragen 21,22,23. Deze vragen hebben een Cronbach's Alpha van 0,72 en hangen voldoende samen om een cluster te vormen.

Het zesde en laatste cluster is 'natuurlijk taalgebruik' met als bijbehorende vragen 4,12,16. Deze vragen hebben een Cronbach's Alpha van 0,78. Ook deze vragen vertonen voldoende samenhang om samen een cluster te vormen.

De verschillende clusters met bijbehorende Cronbach-s Alfa's zijn terug te vinden in Bijlage 3.

Om na te gaan of er per cluster geen grote verschillen zitten tussen de onderwerpen en subonderwerpen heb ik met behulp van een One- Way ANOVA gekeken of dit het geval is. Voor vijf van de zes clusters zijn geen significante verschillen tussen groepen gevonden ( $p > 0,05$ ). Bij één cluster bleek dat er een significant effect van onderwerp is, cluster 'meegaandheid' ( $F(3, 156) 9,535$ ;  $p < 0,001$ ). De gemiddelde scores en standaard deviaties van 'Groene Hart' en 'Management opleidingen Nederland' zijn: 4,34 (SD. 0,81) en 4,44 (SD.1,00). De gemiddelde scores en standaard deviaties voor kapotte iPod en kapot horloge zijn 5,32 (SD. 0,95) en 4,96 (SD. 0,97). Uit een post hoc test is gebleken dat de verschillen tussen de replica's (subonderwerpen) per onderwerp niet

significant waren ( $p > 0,05$ ). In antwoord op de vraag: “Het bericht bevat slecht nieuws” is een gemiddelde score van 6,39 (SD. 0,83) op een 7-puntsschaal gekomen. De aanname dat het bericht daadwerkelijk als slecht nieuws werd ervaren is veilig te maken. De proefpersonen bleken een met een gemiddelde van 4,34 (SD. 1,53) op een 7-puntsschaal genoeg ervaring met de onderwerpen te hebben. Antwoorden op de vraag: “Vindt u onderwerp x belangrijk” zorgden voor een gemiddelde score van 5,29 (SD. 1,11). De proefpersonen hebben de onderwerpen als opvallend belangrijk aangemerkt. Het verschil tussen de verschillende onderwerpen op de mate van belangrijkheid is niet significant gebleken ( $p > 0,05$ ). Ondanks dat de proefpersonen een relatief grote interesse voor de onderwerpen hebben, belemmert dit niet de resultaten. Op geen van de bovengenoemde punten is een significant verschil tussen de condities gevonden ( $p > 0,05$ ). Met een One-Way ANOVA is getest voor verschillen in variantie van leeftijd op conditie. Er bleek geen significant effect van leeftijd op conditie te zijn ( $F(1,58) = 0,74$ ;  $p = 0,390$ ).

### 3. Resultaten

#### 3.1 Begrijpelijkheid

Van de vier vragen die het begrip toetsen heb ik eerst gekeken naar de open vraag, waarbij de respondenten een reproductietaak moesten uitvoeren. Het ging hier om vraag 25, waarbij de tweede van de in totaal drie redenen moest worden genoemd. Hieruit kwam naar voren dat 107 van de 160 (67%) proefpersonen de vraag goed wisten te beantwoorden. Alle antwoorden die uit meer dan één reden bestonden zijn als foutief beschouwd. Tweederde van de proefpersonen heeft zonder moeite de reproductietaak volbracht. Dit suggereert dat de tekst niet te moeilijk of te lang was. Dat het bericht niet te lang was werd ook bevestigd door de proefpersonen zelf. Op de vraag: “Het bericht had korter gekund”, is een gemiddelde score van 2,84 (SD. 1,35) op een 7-puntsschaal gevonden. Er zijn geen significante verschillen tussen de condities bij de begripsvraag gevonden ( $p > 0,05$ ).

Naast een reproductietaak is er het cluster begrijpelijkheid, waarbij de respondenten zelf aangeven in hoeverre ze de boodschap hebben begrepen. In Tabel 3 zijn de gemiddelden en standaarddeviaties van het cluster te zien.

**Tabel 3. Gemiddelden en standaarddeviaties van begrip in beide condities**

	(Gem.) (SD.)
Zonder gevulde pauzes	5,70 (1,07)
Met gevulde pauzes	5,65 (1,20)

Uit een One-Way ANOVA blijkt dat de verschillen in varianties tussen de condities niet significant zijn ( $p > 0,05$ ).

#### 3.2 Meegaandheid

Dit cluster is zoals eerder gezegd het enige cluster waarbij een significant effect tussen groepen op onderwerp is gevonden ( $F(3, 156) = 9,535$ ;  $p < 0,001$ ). Er is geen significant effect op subonderwerp

gevonden voor dit cluster ( $p > 0,05$ ). In Tabel 4 zijn de gemiddelden en standaarddeviaties weergegeven.

**Tabel 4. Gemiddelden en standaarddeviaties van meegaandheid in beide condities**

	(Gem.) (SD.)
Zonder gevulde pauzes	4,64 (0,87)
Met gevulde pauzes	4,88 (1,12)

### 3.3 Zender eigenschappen

Met een One-Way ANOVA voor het cluster ‘zendereigenschappen’ is getest voor verschillen in variantie tussen de condities. Met betrekking tot dit cluster bleek er geen significant effect tussen de condities te zijn ( $p > 0,05$ ). Het horen van gevulde pauzes leidt bij de ontvanger niet tot een significant hogere waardering van de zender. In Tabel 5. Zijn de gemiddelden en standaarddeviaties van dit cluster terug te vinden.

**Tabel 5. Gemiddelden en standaarddeviaties van zendereigenschappen in beide condities**

	(Gem.) (SD.)
Zonder gevulde pauzes	4,71 (0,93)
Met gevulde pauzes	4,79 (1,09)

### 3.4 Zender attitude

Met een One-Way ANOVA is berekend dat de respondenten in de ‘gevulde pauze’ conditie de attitude van de zender niet significant hoger waarderen dan de respondenten uit de ‘zonder gevulde pauze’ conditie ( $p > 0,05$ ). In Tabel 6. zijn de gemiddelden en standaarddeviaties terug te vinden.

**Tabel 6. Gemiddelden en standaarddeviaties van zenderattitude in beide condities**

	(Gem.) (SD.)
Zonder gevulde pauzes	4,73 (0,52)
Met gevulde pauzes	4,85 (0,60)

### 3.5 Bedrijfsimago

Uit een One-Way ANOVA voor het cluster ‘bedrijfsimago’ is gebleken dat het toevoegen van gevulde pauzes niet voor een significant hogere waardering van het imago zorgt ( $p > 0,05$ ). In tabel 7 zijn de gemiddelden en standaarddeviaties terug te vinden.

**Tabel 7. Gemiddelden en standaarddeviaties van bedrijfsimago in beide condities**

	(Gem.) (SD.)
Zonder gevulde pauzes	4,81 (0,56)
Met gevulde pauzes	4,76 (0,96)

### 3.6 Natuurlijk taalgebruik

Met een One-Way ANOVA voor het laatste cluster 'natuurlijk taalgebruik' is getest voor verschillen in varianties tussen de condities. Hieruit blijkt dat er een significant effect van natuurlijk taalgebruik op conditie is ( $F(1,58) 86,04; p < 0,001$ ). De proefpersonen in de 'gevulde pauze' conditie hebben een significant hogere waardering voor de natuurlijkheid van spraak van de afzender dan de respondenten in de 'zonder gevulde pauze conditie'. De gemiddelden en standaarddeviaties zijn terug te vinden in tabel 8.

**Tabel 8. Gemiddelden en standaarddeviaties van natuurlijk taalgebruik in beide condities**

	(Gem.) (SD.)
Zonder gevulde pauzes	3,58 (1,20)
Met gevulde pauzes	5,08 (0,80)

### 3.7 Rapportcijfer

Uit de analyse met een One-Way ANOVA is getest voor verschillen in variantie tussen de groepen op onderwerp en subonderwerp. Met betrekking tot de rapportcijfers bleek geen significant effect tussen de condities te zijn ( $p > 0,05$ ). De rapportcijfers in de 'gevulde pauze' conditie zijn niet significant hoger dan in de 'zonder gevulde pauzes' conditie. De gemiddelden en standaarddeviaties zijn in tabel 9 terug te vinden. Er zijn per onderwerp en subonderwerp eveneens geen significante verschillen tussen de gemiddelde rapportcijfers gevonden ( $p > 0,05$ ).

**Tabel 9. Gemiddelden en standaarddeviaties van de rapportcijfers in beide condities**

	(Gem.) (SD.)
Zonder gevulde pauzes	6,66 (0,98)
Met gevulde pauzes	6,83 (0,99)

### 3.8 Beperkingen

Tijdens de afnameprocedure hebben zes proefpersonen te kennen gegeven dat ze slechts weinig tijd hadden voor het participeren aan het onderzoek, omdat ze op korte termijn een afspraak hadden of een vergadering bij hebben moeten wonen. Dit kan de resultaten enigszins beïnvloed hebben, doordat deze proefpersonen sneller dan gemiddeld de vragenlijsten hebben ingevuld, waardoor de keuzes wellicht impulsief zijn geweest. Daarnaast waren participanten werkzaam binnen een drietal grote bedrijven. Het zou wellicht kunnen dat deze groep proefpersonen niet een random afspiegeling van de Nederlandse bevolking is, omdat het merendeel van de proefpersonen een kantoorbaan bij een groot bedrijf had.

Tussen de fragmenten in beide condities zat een klein verschil in kwaliteit. De fragmenten in de 'zonder gevulde pauze' conditie hadden iets meer achtergrondruis dan de fragmenten in de 'gevulde pauze' conditie, doordat deze fragmenten op andere tijdstippen met andere apparatuur zijn opgenomen. Ondanks dat beide fragmenten door dezelfde mannenstem zijn ingesproken heeft er

ongeveer een jaar tijd tussen beide opname momenten gezeten. Het is niet aannemelijk dat een stem binnen één jaar erg verandert, maar wellicht is het humeur van de persoon op de dagen van de opnames wel anders geweest. Dit zou eventueel de resultaten kunnen hebben beïnvloed.

#### **4 Conclusie**

In antwoord op de vraag welk effect het toevoegen van gevulde pauzes in slecht nieuwsberichten op de perceptie van de ontvanger heeft, zijn de resultaten duidelijk. De berichten die waren voorzien van gevulde pauzes zijn niet overtuigender gebleken dan de berichten zonder gevulde pauzes.

Tegen de verwachting in zijn de berichten in de gemanipuleerde conditie niet als persoonlijker ervaren door de proefpersonen. De afzender wordt niet als meer betrokken of begripvoller gezien. Daarnaast wordt de zender ook niet als eerlijker, vriendelijker of oprechter beoordeeld. Het imago van de organisatie wordt eveneens tegen de verwachting in niet beter beoordeeld. Mijn eerste hypothese, waarbij wordt verondersteld dat voice mail berichten overtuigender en persoonlijker zijn in de 'gevulde pauze' conditie dan in de voorgelezen conditie kan worden verworpen.

Dat gevulde pauzes een kenmerkende eigenschap van spontane taal zijn wordt door de resultaten wel bevestigd. Zoals verwacht beoordelen de proefpersonen de spreker als spontaner, meer meelevend en merken ze op dat hij meer moeite heeft het slechte nieuws te brengen, wanneer hij gevulde pauzes gebruikt. De tweede hypothese, waarbij wordt verondersteld dat de ontvanger de boodschap met gevulde pauzes als natuurlijker zal ervaren is wel aangenomen. Het doel om de spreker natuurlijker over te laten komen is bereikt, maar dit heeft echter geen positief effect gehad voor zijn imago, attitude, het imago van de organisatie of overtuigingskracht.

Met of zonder gevulde pauzes spreken lijkt op basis van dit onderzoek niet uit te maken voor het imago en de overtuigingskracht van de zender.

## 5. Discussie

Dat de toevoeging van gevulde pauzes de proefpersonen niet voldoende heeft overtuigd om mee te gaan in de beslissing van de afzender zou mogelijk veroorzaakt kunnen zijn doordat de gevulde pauzes de indruk hebben gewekt dat de afzender zelf niet helemaal achter de beslissing staat. Hij heeft de indruk gewekt dat hij moeite heeft het bericht aan de ontvanger te vertellen, hetgeen door de resultaten wordt bevestigd. In plaats van dat dit voor meer begrip bij de ontvanger heeft gezorgd, is het mogelijk dat de ontvanger het niet eens is met de beslissing, omdat de zender zelf al niet helemaal achter zijn beslissing lijkt te staan. Het lijkt wat betreft meegaandheid van de ontvanger niet uit te maken of de boodschap wel of niet natuurlijk overkomt door gebruik van gevulde pauzes.

Het gebruik van spontane spraak helpt zowel de zender als de organisatie niet aan een positiever imago. Een mogelijke verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat het toevoegen van gevulde pauzes ervoor heeft gezorgd dat de afzender onzeker, onprofessioneel of onvoorbereid over is gekomen. Wellicht hebben de proefpersonen deze eigenschappen van de zender op het imago van de organisatie geprojecteerd, waardoor het bedrijfsimago niet is verbeterd. Spreken met of zonder gevulde pauzes maakt zowel voor het zender- als het bedrijfsimago geen verschil.

Een punt van discussie wat in dit onderzoek naar voren komt is het werkelijke natuurlijke karakter van de gemanipuleerde berichten. Ondanks dat de proefpersonen de berichten als meer natuurlijk hebben beoordeeld, blijven het fragmenten die zijn voorgelezen. Om ervoor te zorgen dat de berichten naast gevulde pauzes geen andere kenmerken van natuurlijke spraak zouden bevatten was het noodzakelijk om de zender van papier te laten voorlezen. De vraag is daarom of de fragmenten natuurlijk genoeg zijn geweest. Ondanks dat het toevoegen van gevulde pauzes niet het verwachte effect heeft gehad zou het toch interessant zijn om te kijken in hoeverre andere kenmerken van natuurlijke spraak invloed hebben op het imago van de zender en de organisatie. Daarnaast is het ook mogelijk om het aantal gevulde pauzes te variëren, om te zien of er bijvoorbeeld wel een effect wordt gevonden bij een grote hoeveelheid pauzes. Dat er voor het nabootsen van een telefoon gebruik is gemaakt van een mp3 speler met koptelefoon zou de effecten mogelijk kunnen hebben beïnvloed. Wellicht zou het realistischer zijn om te proberen de fragmenten via een mobiele of vaste telefoon aan de proefpersonen aan te bieden.

Tijdens de opzet van dit onderzoek heb ik bewust gekozen voor teksten met twee verschillende onderwerpen met ieder een replicatie die slechts op subonderwerp verschillend was. Het doel van deze opzet was om te kijken of er geen significante verschillen tussen zowel onderwerp als subonderwerp zouden worden aangetroffen, omdat dit schadelijk is voor de validiteit van het onderzoek. Op basis van eerder onderzoek naar slecht nieuws berichten in email en voice mail berichten van Jansen en Janssen (aangeboden) zijn geen significante verschillen tussen groepen gevonden. In dit onderzoek heb ik echter wel een significant verschil op onderwerp tussen groepen gevonden binnen het cluster meegaandheid. Er mag nu niet zomaar worden aangenomen dat een eventueel significant effect op conditie toe te schrijven is aan de manipulatie, aangezien dit effect ook door verschillen tussen de groepen kan zijn veroorzaakt. Ik vermoed dat dit verschil is ontstaan, doordat de onderwerpen niet in gelijke mate slecht nieuws bevatten. Een afwijzing voor een baan of een gewilde opleiding kan veel teleurstellender zijn dan het niet vergoed krijgen van een apparaat van rond de 200 euro. Bovendien kan meespelen dat de proefpersonen emotioneel meer betrokken zijn bij het onderwerp 'afwijzing sollicitatie baan', doordat ze dit eerder hebben meegemaakt en als zeer



vervelend hebben ervaren. Het is mijns inziens voor vervolgonderzoek dan ook aan te raden om twee of meer onderwerpen te nemen die een evenredig grote impact op de ontvanger zullen hebben.

## 6. Literatuur

Brouwere, L. de, Vandewalle I.(2009). *Een evaluatie van de verstaanbaarheid bij NT2-leerders*. Leuven: Faculteit Geneeskunde.

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

Broecke, M.P.R. van den, red. (1988). *Ter Sprake : Spraak als Betekenisvol Geluid in 36 Hoofdstukken*

Fulk, J. & Mani, S. (1986). *Distortion of communication in hierarchical relationships*. In: M. McLaughlin, (Ed.), *Communication Yearbook 9*, Sage, Newbury Park, CA

Hayashi, T. (1996). *Politeness in conflict management: A conversation analysis of dispreferred message from a cognitive perspective*: *Journal of Pragmatics* 25 227-255

Jansen, F. & Janssen, D. (aangeboden). *Effects of structural directness in bad-news e-mails and voice-mails*.

Kowall, S. , Bassett, M. & O'Connell, D. (1985). *The spontaneity of media interviews*. *Journal of Psycholinguistic Research*, 14, 1-18.

Spooren, W. , Sanders T. & Van Wijk, C. (2000, red.). *Samenhang in diversiteit; Opstellen voor Leo Noordman* (p. 77-90). Tilburg: Faculteit Letteren KU Brabant

Yeung, N.T. (1997). *English and Chinese business correspondence in Hong Kong*: English Department, Lingnan College, Fu Yei, Yuen Man, Hong Kong, *Journal of Pragmatics* 27 (1997) 505-522

## **Bijlagen**

### 1.Scenario's & berichten

*zonder gevulde pauzes*

#### **Scenario 1.1 afwijzing sollicitatie baan**

##### **Stel je voor:**

Je hebt via uitzendbureau Het Groene Hart gesolliciteerd voor een baan als manager van een afdeling binnen een groot bedrijf. De functie lijkt je erg leuk en daarnaast heb je het geld hard nodig. Voor je gevoel ging de sollicitatie goed en heb je al aan iedereen verteld dat je denkt dat je de baan zult krijgen. Een paar dagen later ontvang je het volgende bericht als antwoord:

Goedendag, u spreekt met Ruben Bakker van Het Groene Hart,

Ik stuur je dit voice mailbericht in verband met het sollicitatiegesprek dat we twee dagen geleden gevoerd hebben.

Je beschikt niet helemaal over de juiste kwaliteiten die nodig zijn voor de uitvoering van de functie. Ook vinden wij dat je weinig van jezelf hebt laten zien tijdens de sollicitatie. Ten slotte hadden wij meer enthousiasme willen zien tijdens het gesprek.

Om deze drie redenen heb je de baan als manager helaas niet gekregen.

Voor vragen of opmerkingen kun je terecht bij onze administratie. Wij wensen je in ieder geval veel succes met het vinden van een andere baan.

Vriendelijke groet.

## Scenario 1.2 afwijzing sollicitatie opleiding (replicatie)

Stel je voor:

*Je hebt meegedaan aan een selectiedag voor een managementopleiding waar je heel graag voor toegelaten zou willen worden. Deze variant van de opleiding is uniek in Nederland. Je had je goed voorbereid voor het gesprek op de selectiedag en voor jouw gevoel ging het gesprek goed. Je hebt aan iedereen al verteld dat je denkt toegelaten te zijn. Een paar dagen na het gesprek ontvang je het volgende bericht als antwoord:*

Goedendag, u spreekt met Ruben Bakker van Managementopleidingen Nederland,

Ik stuur je dit voice mailbericht in verband met het gesprek dat we twee dagen geleden gevoerd hebben op de selectiedag.

Je beschikt niet helemaal over de juiste kwaliteiten die nodig zijn voor het volgen van de opleiding. Ook vinden wij dat je weinig van jezelf hebt laten zien tijdens de selectiedag. Ten slotte hadden wij meer enthousiasme willen zien tijdens het gesprek.

Om deze drie redenen ben helaas je niet toegelaten tot de managementopleiding.

Voor vragen of opmerkingen kun je terecht bij onze administratie. Wij wensen je in ieder geval veel succes met het vinden van een andere opleiding.

Vriendelijke groet.

## **Scenario 2.1 afwijzing reparatie iPod**

### **Stel je voor:**

*Je bent Robin Kersten. Je bent 16 jaar en zit in 4 havo. Een half jaar geleden kreeg je van je ouders een iPod voor je verjaardag. Hij heeft zeker € 220,- gekost. Gisteren heb je je iPod in de gootsteen laten vallen. Hij is door en door nat. Je brengt hem naar de winkel voor reparatie, je denkt dat dat nog wel onder de garantie zal vallen. Een aantal dagen later ontvang je het volgende bericht:*

Dag mevrouw Kersten, je spreekt met Jan Verheul van Techshop.

Via dit bericht wil ik reageren op je verzoek tot reparatie van je iPod.

De binnenkant van je iPod zo ernstig beschadigd door het water dat het waarschijnlijk niet te repareren is.

Daar komt bij dat de buitenkant geheel vernieuwd zal moeten worden.

Dit zal meer kosten dan de aanschaf van een nieuwe.

Helaas moet ik je melden dat je iPod dus niet in aanmerking komt voor reparatie.

Wil je in de loop van deze week contact met ons opnemen om te overleggen over een oplossing?

## **Scenario 2.1 afwijzing reparatie horloge (replicatie)**

### **Stel je voor:**

*Je bent Robin de Wit. Je bent 16 jaar en zit in 4 havo. Een tijd geleden kreeg je van je ouders het horloge dat je al zolang wilde voor je verjaardag. Het heeft zeker € 220,- gekost. Gisteren heb je jouw horloge in de wastafel laten vallen. Hij is door en door nat. Je brengt hem naar de winkel voor reparatie, je denkt dat het nog wel onder de garantie zal vallen. Een aantal dagen later ontvang je het volgende bericht:*

Dag mevrouw De Wit, je spreekt met Jan Verheul van Juwelier Zaltbommel.

Via dit bericht wil ik reageren op je verzoek tot reparatie van je horloge. De binnenkant van je horloge is zo ernstig beschadigd door het water dat het waarschijnlijk niet te repareren is.

Ook is de barst in de wijzerplaat te diep om hem te herstellen.

De reparatie zal meer kosten dan de aanschaf van een nieuwe.

Je horloge komt daarom niet in aanmerking voor reparatie.

Wil je in de loop van deze week contact met ons opnemen om te overleggen over een oplossing?

*Met gevulde pauzes*

### **Scenario 1.1 afwijzing sollicitatie baan**

#### **Stel je voor:**

*Je hebt via uitzendbureau Het Groene Hart gesolliciteerd voor een baan als manager van een afdeling binnen een groot bedrijf. De functie lijkt je erg leuk en daarnaast heb je het geld hard nodig. Voor je gevoel ging de sollicitatie goed en heb je al aan iedereen verteld dat je denkt dat je de baan zult krijgen. Een paar dagen later ontvang je het volgende bericht als antwoord:*

Goedendag, u spreekt met Ruben Bakker van Het Groene Hart,

Ik stuur je dit voice mailbericht in verband met het sollicitatiegesprek dat we (um) twee dagen geleden gevoerd hebben.

Je beschikt niet helemaal over de juiste kwaliteiten (um) die nodig zijn voor de uitvoering van de functie.

Ook vinden wij dat je (uh) weinig van jezelf hebt laten zien tijdens de sollicitatie.

Ten slotte hadden wij meer enthousiasme willen zien tijdens het gesprek.

Om deze (uh) drie redenen heb je de baan als manager helaas niet gekregen.

Voor vragen of opmerkingen kun je terecht bij onze administratie.

Wij wensen je in ieder geval veel succes met het vinden van een (um) andere baan.

Vriendelijke groet.

## Scenario 1.2 afwijzing sollicitatie opleiding (replicatie)

### Stel je voor:

*Je hebt meegedaan aan een selectiedag voor een managementopleiding waar je heel graag voor toegelaten zou willen worden. Deze variant van de opleiding is uniek in Nederland. Je had je goed voorbereid voor het gesprek op de selectiedag en voor jouw gevoel ging het gesprek goed. Je hebt aan iedereen al verteld dat je denkt toegelaten te zijn. Een paar dagen na het gesprek ontvang je het volgende bericht als antwoord:*

Goedendag, u spreekt met Ruben Bakker van Managementopleidingen Nederland,

Ik stuur je dit voice mailbericht in verband met het gesprek dat we (uh) twee dagen geleden gevoerd hebben op de selectiedag.

Je beschikt niet helemaal over de juiste kwaliteiten (um) die nodig zijn voor het volgen van de opleiding.

Ook vinden wij dat je (uh) weinig van jezelf hebt laten zien tijdens de selectiedag.

Ten slotte hadden wij meer enthousiasme willen zien tijdens het gesprek.

Om deze (uh) drie redenen ben helaas je niet toegelaten tot de managementopleiding.

Voor vragen of opmerkingen kun je terecht bij onze administratie.

Wij wensen je in ieder geval veel succes met het vinden van een (um) andere opleiding.

Vriendelijke groet.

## **Scenario 2.1 afwijzing reparatie iPod**

### **Stel je voor:**

*Je bent Robin Kersten. Je bent 16 jaar en zit in 4 havo. Een half jaar geleden kreeg je van je ouders een iPod voor je verjaardag. Hij heeft zeker E 220,- gekost. Gisteren heb je je iPod in de gootsteen laten vallen. Hij is door en door nat. Je brengt hem naar de winkel voor reparatie, je denkt dat dat nog wel onder de garantie zal vallen. Een aantal dagen later ontvang je het volgende bericht:*

Dag mevrouw Kersten, je spreekt met Jan Verheul van Techshop.

Via dit bericht wil ik reageren op je (uh) verzoek tot reparatie van je iPod.

De binnenkant van je (uh) iPod is zo ernstig beschadigd door het water dat het waarschijnlijk niet te repareren is.

Daar komt bij dat de (uh) buitenkant geheel vernieuwd zal moeten worden.

De reparatie zal meer kosten dan de aanschaf van een nieuwe.

Helaas moet ik je melden dat je iPod dus niet in aanmerking komt voor reparatie.

Wil je in de loop van deze week contact met ons opnemen om te overleggen over een oplossing?

## **Scenario 2.1 afwijzing reparatie horloge (replicatie)**

### **Stel je voor:**

*Je bent Robin de Wit. Je bent 16 jaar en zit in 4 havo. Een tijd geleden kreeg je van je ouders het horloge dat je al zolang wilde voor je verjaardag. Het heeft zeker € 220,- gekost. Gisteren heb je jouw horloge in de wastafel laten vallen. Hij is door en door nat. Je brengt hem naar de winkel voor reparatie, je denkt dat het nog wel onder de garantie zal vallen. Een aantal dagen later ontvang je het volgende bericht:*

Dag mevrouw De Wit, je spreekt met Jan Verheul van Juwelier Zaltbommel.

Via dit bericht wil ik reageren op je (um) verzoek tot reparatie van je horloge.

De binnenkant van je (uh) horloge is zo ernstig beschadigd door het water dat het waarschijnlijk niet te repareren is.

Ook is de (uh) barst in de wijzerplaat te diep om hem te herstellen.

De reparatie zal meer kosten dan de aanschaf van een nieuwe.

Je horloge komt daarom niet in aanmerking voor reparatie.

Wil je in de loop van deze week contact met ons opnemen om te overleggen over een oplossing?

## 2. Vragenlijsten



Universiteit Utrecht

### **Enquête**

In het kader van een onderzoek van de Universiteit Utrecht naar de verbetering van communicatie in voice mail berichten zou ik u willen vragen om, na het lezen van deze instructie, het fragment op de iPod te beluisteren. Voordat u het bericht gaat beluisteren zou ik u willen vragen om eerst het bijgeleverde scenario door te lezen. Wanneer u vervolgens op de play knop van de iPod drukt krijgt u een voice mail bericht te horen.

Na het beluisteren van het bericht zou ik u willen vragen om de bijgevoegde vragenlijst in te vullen. Tijdens het invullen van de vragenlijst is het niet meer mogelijk om het fragment terug te luisteren. U kunt bij het beantwoorden van de vragen kiezen uit een van de volgende zeven categorieën.

Helemaal mee oneens        Helemaal mee eens

Bij het invullen van de vragen is uw persoonlijke oordeel is van belang. Er zijn dus geen goede of foute antwoorden. Denk bij het invullen niet te lang na. Ga bij twijfel uit van uw eerste indruk.

Alvast hartelijk dank voor uw medewerking.



Deel 2: Vragen

		1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Welk rapportcijfer geeft u het bericht?	10									
2. Ik begrijp het bericht helemaal	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Het besluit is voldoende onderbouwd	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. De spreker komt spontaan over	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Het bericht had korter gekund	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Ik zou direct op het bericht reageren	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Ruben Bakker is zeker van zichzelf	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. De stijl van het bericht is officieel	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. De redenen voor het besluit zijn aannemelijk	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Ruben Bakker maakt een eerlijke indruk	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Ik ben het eens met de beslissing van Het Groene Hart	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Je merkt dat de spreker het lastig vindt om het nieuws te brengen	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Ik kan het bericht zonder moeite volgen	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Ruben Bakker is vriendelijk	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Het doel van het bericht was meteen duidelijk	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. De spreker voelt mee met de klant	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

17. Ruben Bakker stelt zich arrogant op

Helemaal mee oneens         
Helemaal mee eens

18. Ruben Bakker is

Afstandelijk        Betrokken

19. Ruben Bakker is

Onoprecht        Oprecht

20. Ruben Bakker toont

Veel begrip        Geen begrip

21. Mijn beeld van Het Groene Hart is

Positief        Negatief

22. Ik vind Het Groene Hart

Ondeskundig        Deskundig

23. Ik vind Het Groene Hart

Betrouwbaar         
Onbetrouwbaar

24. Het bericht bevat slecht nieuws

Helemaal mee oneens         
Helemaal mee eens

25. In het bericht worden drie redenen voor de beslissing genoemd.

Geef de tweede reden in eigen woorden weer.

Deel 3: Persoonlijke gegevens

1. Geslacht

Man  Vrouw

2. In welk jaar bent u geboren?

19\_\_

3. Vindt u solliciteren voor een baan belangrijk?

Belangrijk        Niet belangrijk

4. Heeft u ervaring met solliciteren voor een baan ?

Geen ervaring        Veel ervaring

! Bedankt voor de medewerking !



## Enquête

In het kader van een onderzoek van de Universiteit Utrecht naar de verbetering van communicatie in voice mail berichten zou ik u willen vragen om, na het lezen van deze instructie, het fragment op de iPod te beluisteren. Voordat u het bericht gaat beluisteren zou ik u willen vragen om eerst het bijgeleverde scenario door te lezen. Wanneer u vervolgens op de play knop van de iPod drukt krijgt u een voice mail bericht te horen.

Na het beluisteren van het bericht zou ik u willen vragen om de bijgevoegde vragenlijst in te vullen. Tijdens het invullen van de vragenlijst is het niet meer mogelijk om het fragment terug te luisteren. U kunt bij het beantwoorden van de vragen kiezen uit een van de volgende zeven categorieën.

Helemaal mee oneens        Helemaal mee eens

Bij het invullen van de vragen is uw persoonlijke oordeel is van belang. Er zijn dus geen goede of foute antwoorden. Denk bij het invullen niet te lang na. Ga bij twijfel uit van uw eerste indruk.

Alvast hartelijk dank voor uw medewerking.

Deel 2: Vragen

		1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Welk rapportcijfer geeft u het bericht?	10									
2. Ik begrijp het bericht helemaal	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Het besluit is voldoende onderbouwd	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. De spreker komt spontaan over	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Het bericht had korter gekund	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Ik zou direct op het bericht reageren	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Ruben Bakker is zeker van zichzelf	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. De stijl van het bericht is officieel	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. De redenen voor het besluit zijn aannemelijk	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Ruben Bakker maakt een eerlijke indruk	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Ik ben het eens met de beslissing van Managementopleidingen Nederland	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Je merkt dat de spreker het lastig vindt om het nieuws te brengen	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Ik kan het bericht zonder moeite volgen	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Ruben Bakker is vriendelijk	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Het doel van het bericht was meteen duidelijk	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. De spreker voelt mee met de klant	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

17. Ruben Bakker stelt zich arrogant op	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens
---	---

18. Ruben Bakker is	Afstandelijk <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Betrokken
19. Ruben Bakker is	Onoprecht <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Oprecht
20. Ruben Bakker toont	Veel begrip <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Geen begrip

21. Mijn beeld van Managementopleidingen Nederland is	Positief <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Negatief
22. Ik vind Managementopleidingen Nederland	Ondeskundig <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Deskundig
23. Ik vind Managementopleidingen Nederland	Betrouwbaar <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Onbetrouwbaar

24. Het bericht bevat slecht nieuws	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens
-------------------------------------	---

25. In het bericht worden drie redenen voor de beslissing genoemd.  Geef de tweede reden in eigen woorden weer.	
---	--

---

Deel 3:           Persoonlijke gegevens

---

1.       Geslacht

Man            Vrouw

2.       In welk jaar bent u geboren?

19\_\_

3.       Vindt u solliciteren voor een opleiding belangrijk?

Belangrijk    Niet belangrijk

4.       Heeft u ervaring met solliciteren voor een opleiding ?

Geen ervaring  Veel ervaring

---

! Bedankt voor de medewerking !

---



### Enquête

In het kader van een onderzoek van de Universiteit Utrecht naar de verbetering van communicatie in voice mail berichten zou ik u willen vragen om, na het lezen van deze instructie, het fragment op de iPod te beluisteren. Voordat u het bericht gaat beluisteren zou ik u willen vragen om eerst het bijgeleverde scenario door te lezen. Wanneer u vervolgens op de play knop van de iPod drukt krijgt u een voice mail bericht te horen.

Na het beluisteren van het bericht zou ik u willen vragen om de bijgevoegde vragenlijst in te vullen. Tijdens het invullen van de vragenlijst is het niet meer mogelijk om het fragment terug te luisteren. U kunt bij het beantwoorden van de vragen kiezen uit een van de volgende zeven categorieën.

Helemaal mee oneens        Helemaal mee eens

Bij het invullen van de vragen is uw persoonlijke oordeel is van belang. Er zijn dus geen goede of foute antwoorden. Denk bij het invullen niet te lang na. Ga bij twijfel uit van uw eerste indruk.

Alvast hartelijk dank voor uw medewerking.



Deel 2: Vragen

		1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Welk rapportcijfer geeft u het bericht?	10									
2. Ik begrijp het bericht helemaal	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Het besluit is voldoende onderbouwd	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. De spreker komt spontaan over	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Het bericht had korter gekund	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Ik zou direct op het bericht reageren	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Jan Verheul is zeker van zichzelf	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. De stijl van het bericht is officieel	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. De redenen voor het besluit zijn aannemelijk	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Jan Verheul maakt een eerlijke indruk	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Ik ben het eens met de beslissing van Techshop	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Je merkt dat de spreker het lastig vindt om het nieuws te brengen	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Ik kan het bericht zonder moeite volgen	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Jan Verheul is vriendelijk	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Het doel van het bericht was meteen duidelijk	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

16. De spreker voelt mee met de klant	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens
17. Jan Verheul stelt zich arrogant op	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens

18. Jan Verheul is	Afstandelijk <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Betrokken
19. Jan Verheul is	Onoprecht <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Oprecht
20. Jan Verheul toont	Veel begrip <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Geen begrip
21. Mijn beeld van Techshop is	Positief <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Negatief
22. Ik vind Techshop	Ondeskundig <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Deskundig
23. Ik vind Techshop	Betrouwbaar <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Onbetrouwbaar
24. Het bericht bevat slecht nieuws	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens
25. In het bericht worden drie redenen voor de beslissing genoemd.  Geef de tweede reden in eigen woorden weer.	

---

Deel 3:           Persoonlijke gegevens

---

1.       Geslacht

Man            Vrouw

2.       In welk jaar bent u geboren?

19\_\_

3.       Vindt u iPod's belangrijk?

Belangrijk    Niet belangrijk

4.       Heeft u ervaring met iPod's?

Geen ervaring  Veel ervaring

---

! Bedankt voor de medewerking !

---



### Enquête

In het kader van een onderzoek van de Universiteit Utrecht naar de verbetering van communicatie in voice mail berichten zou ik u willen vragen om, na het lezen van deze instructie, het fragment op de iPod te beluisteren. Voordat u het bericht gaat beluisteren zou ik u willen vragen om eerst het bijgeleverde scenario door te lezen. Wanneer u vervolgens op de play knop van de iPod drukt krijgt u een voice mail bericht te horen.

Na het beluisteren van het bericht zou ik u willen vragen om de bijgevoegde vragenlijst in te vullen. Tijdens het invullen van de vragenlijst is het niet meer mogelijk om het fragment terug te luisteren. U kunt bij het beantwoorden van de vragen kiezen uit een van de volgende zeven categorieën.

Helemaal mee oneens        Helemaal mee eens

Bij het invullen van de vragen is uw persoonlijke oordeel is van belang. Er zijn dus geen goede of foute antwoorden. Denk bij het invullen niet te lang na. Ga bij twijfel uit van uw eerste indruk.

Alvast hartelijk dank voor uw medewerking.

Deel 2: Vragen

		1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Welk rapportcijfer geeft u het bericht?	10									
2. Ik begrijp het bericht helemaal	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Het besluit is voldoende onderbouwd	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. De spreker komt spontaan over	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Het bericht had korter gekund	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Ik zou direct op het bericht reageren	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Jan Verheul is zeker van zichzelf	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. De stijl van het bericht is officieel	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. De redenen voor het besluit zijn aannemelijk	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Jan Verheul maakt een eerlijke indruk	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Ik ben het eens met de beslissing van Juwelier Zaltbommel	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. U merkt dat de spreker het lastig vindt om het nieuws te brengen	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Ik kan het bericht zonder moeite volgen	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Jan Verheul is vriendelijk	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Het doel van het bericht was meteen duidelijk	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. De spreker voelt mee met de klant	Helemaal mee oneens Helemaal mee eens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

17. Jan Verheul stelt zich arrogant op	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens
--	---

18. Jan Verheul is	Afstandelijk <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Betrokken
19. Jan Verheul is	Onoprecht <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Oprecht
20. Jan Verheul toont	Veel begrip <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Geen begrip
21. Mijn beeld van Juwelier Zaltbommel is	Positief <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Negatief
22. Ik vind Juwelier Zaltbommel	Ondeskundig <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Deskundig
23. Ik vind Juwelier Zaltbommel	Betrouwbaar <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Onbetrouwbaar
24. Het bericht bevat slecht nieuws	Helemaal mee oneens <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Helemaal mee eens
25. In het bericht worden drie redenen voor de beslissing genoemd. Geef de tweede reden in eigen woorden weer.	

---

Deel 3:           Persoonlijke gegevens

---

1.       Geslacht

Man            Vrouw

2.       In welk jaar bent u geboren?

19\_\_

3.       Vindt u horloges belangrijk?

Belangrijk    Niet belangrijk

4.       Heeft u ervaring met horloges ?

Geen ervaring  Veel ervaring

---

! Bedankt voor de medewerking !

---

### 3. Clusters

<b>Cluster</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>
<i>Begrijpelijkheid (2,13,15)</i>	0,823
<i>Meegaandheid (3,9,11)</i>	0,625
<i>Zender eigenschappen (10,14,19)</i>	0,733
<i>Zender attitude (17,18,20)</i>	0,649
<i>Bedrijfsimago (21,22,23)</i>	0,719
<i>Natuurlijkheid spraak (4,12,16)</i>	0,779

Overig:

Rapportcijfer (1)

Controle (24)

Open vraag begrip (25)