

Afwijzen van sollicitanten

Een experimenteel onderzoek naar het effect van mediumkeuze en structuur op de waardering van slecht nieuws.

Madelief van Esch
3106314
Eindwerkstuk Communicatie
Januari 2011
Begeleider: Daniël Janssen

Inhoudsopgave

1. Inleiding	3
2. Theoretisch kader	4
2.1 Afwijzingen en beleefdheidstheorie	4
2.2. Brief versus e-mail	5
2.2. Media Richness Theory	6
2.3. Structuur: direct of indirect?	7
3. Hypothesen	9
4. Methode	10
4.1. Onderzoeksontwerp	10
4.2. Afhankelijke variabelen	10
4.3. Proefpersonen	11
4.4. Onderzoeksmateriaal	12
4.4.1 Scenario	12
4.4.2. Afwijzingsbrieven	12
4.4.3. Vragenlijst	13
4.5. Manipulatiecontrole	13
4.6 Randomisatiecontrole proefpersonen	13
4.7. Betrouwbaarheid constructen	14
5. Resultaten	15
5.1. Waardering van brief en e-mail	15
5.2. Waardering van structuur	16
5.3. Mediumkeuze sollicitant versus mediumkeuze bedrijf	16
5.4. Interactie-effect mediumkeuze en structuur?	17
5.5. Demografische effecten	17
5.5.1. Leeftijd: jong en oud	17
5.5.2. Ervaring met solliciteren	18
6. Conclusie	19
7. Discussie	20
8. Literatuur	21

Samenvatting

Deze bachelorscriptie beschrijft een onderzoek naar het effect van mediumkeuze (brief versus e-mail) en tekststructuur (direct versus indirect) op de waardering van slechtnieuwsberichten. Het type slechtnieuwsbericht dat in dit onderzoek centraal staat is een afwijzing van een sollicitant. Naast de mediumkeuze en structuurkeuze van de zender is er gekeken naar de invloed van de mediumkeuze van de sollicitant. In totaal lazen 160 mensen een brief of e-mail met een indirecte of directe structuur. Uit het onderzoek blijkt dat wanneer men slecht nieuws moet brengen dit het beste plaats kan vinden via het medium waarmee eerder is gecommuniceerd tussen de zender en ontvanger. Wanneer de zender en ontvanger nog nooit eerder contact hebben gehad, kan de zender van slecht nieuws het beste kiezen voor het medium dat het meest wordt gewaardeerd: brief. De ontvanger zal het slechte nieuws in dat geval sneller aanvaarden. De structuur van de tekst blijkt geen invloed te hebben op de waardering van een slechtnieuwsbericht. Een opvallend resultaat.

1. Inleiding

Tussen 2001 en 2009 is er sprake geweest van een daling van het postvolume van 2% per jaar. De verwachte daling voor de periode 2010-2012 is 3% per jaar. De belangrijkste oorzaak voor de daling van het postvolume is de opkomst van e-mail (TNT Post, 2009). De elektronische variant van de brief wint steeds meer terrein, ook in de zakelijke wereld. Opvallende cijfers. Een vraag die vaak gesteld wordt is of de brief ooit door e-mail verdreven zal worden? Hechten mensen nog veel waarde aan een brief? Of ontvangt men liever een e-mail?

Zeker voor de zakelijke wereld is het belangrijk om te weten hoe mensen brief en e-mail waarderen. Is e-mail net zo zakelijk, geloofwaardig en overtuigend als haar papieren tegenhanger? Dit onderzoek gaat op zoek naar het antwoord. De situatie waarin brief en e-mail worden onderzocht is het brengen van slecht nieuws. Een voorbeeld van slecht nieuws in zakelijke communicatie is een afwijzing van een sollicitant. Hill en Monk (2002) deden al eerder onderzoek naar de waardering van papieren en elektronisch tekst. Uit hun onderzoek blijkt dat e-mail en brief niet verschillend worden beoordeeld. Er zijn inmiddels acht jaar verstreken na publicatie van het onderzoek van Hill en Monk. Die acht jaren waren echter erg belangrijk voor e-mail; e-mail is nu écht ingeburgerd. Is de waardering voor e-mail en brief inmiddels anders? De eerste onderzoeksvraag luidt dan ook als volgt:

Welk medium wordt meer gewaardeerd bij een afwijzing, brief of e-mail?

Een onderwerp dat vaak voorkomt in onderzoek naar slecht nieuws is de structuur van de tekst. Schrijvers kunnen twee structuren hanteren voor het presenteren van slecht nieuws: de directe of indirecte structuur. De directe structuur kenmerkt zich door in het begin van het bericht het slechte nieuws te presenteren. Vervolgens geeft de schrijver een motivatie en sluit hij de brief af. Bij de indirecte structuur wordt het slechte nieuws voorzigtiger gepresenteerd. De schrijver bereidt de lezer voor door eerst een motivatie te geven en op het einde pas het slechte nieuws te presenteren. Verschillende onderzoekers pretenderen dat de voorzichtige, indirecte structuur de ontvanger van slecht nieuws het minst zal schaden (Locker 1999, Jansen & Janssen, 2003, Jansen & Janssen, 2011). Er zijn echter ook onderzoekers die menen dat de directe structuur

het meest gewaardeerd wordt door de ontvanger (Brent, 1985, Smith, Nolan & Dai, 1996, Britt & Larson, 2003). Aangezien er geen eenduidig antwoord is gevonden op de vraag welke structuur voor de meeste waardering zorgt, wordt structuur in dit onderzoek onder de loep genomen. De discussie omtrent structuur heeft geleid tot de tweede onderzoeksvraag:

Welke tekststructuur wordt meer gewaardeerd bij een afwijzing; indirect of direct?

Tot slot staat de manier van solliciteren in dit onderzoek centraal. Wellicht heeft de mediumkeuze van de sollicitant invloed op de waardering van de mediumkeuze van de afwijzing? Tot op heden is hier nog geen onderzoek naar gedaan. Wellicht wordt dezelfde mediumkeuze voor een reactie meer gewaardeerd dan een mediumswitch. Of toch juist niet? Misschien toont de zender door middel van een mediumswitch aan dat hij of zij moeite doet voor de ontvanger? De zojuist besproken onbeantwoorde kwestie heeft geleid tot de volgende subvraag in dit onderzoek:

Prefereert men bij een afwijzing dezelfde mediumkeuze of juist een mediumswitch?

Niet alleen voor de wetenschap zijn de onderwerpen die in dit onderzoek worden onderzocht relevant, ook de zakelijke markt heeft baat bij dit onderzoek. Zeker met het oog op de toekomst van digitale communicatie is het interessant om te weten hoe de twee media worden gewaardeerd.

In dit artikel wordt allereerst het theoretisch kader uiteengezet. Hierin bespreek ik de beleefdheidstheorie van Brown en Levinson, kenmerken van brieven en e-mails, de Media Richness Theory van Daft en Lengel, slechtnieuwsberichten en de structuur van deze berichten. Vervolgens wordt de methode van het onderzoek besproken. Daaropvolgend worden de resultaten gepresteerd. Tot slot worden er conclusies getrokken en discussiepunten aan de kaak gesteld.

2. Theoretisch kader

2.1 Afwijzingen en beleefdheidstheorie

In het onderzoek naar taalgebruik en interactie heeft beleefdheid altijd veel aandacht gehad. De bekendste theorie over beleefdheid staat op naam van Penelope Brown en Stephan Levinson. De beleefdheidstheorie van Brown en Levinson is gebaseerd op het werk van Goffman. Goffman heeft veel geschreven over gezichtsbehoud, ook wel *facekeeping*. Het idee achter gezichtsbehoud is dat mensen hun eigen gezicht en dat van anderen bewaren. Mensen proberen door middel van gezichtsbehoud het sociale evenwicht tussen de gesprekspartners in orde te houden. Belangrijk is hierbij de gedachte dat als iemand het gezicht van de ander beschadigt, hij daarmee ook zijn eigen gezicht beschadigt. Sociale interacties kunnen daarom volgens hem het beste bestudeerd worden vanuit de veronderstelling dat deelnemers hun gezicht niet mogen verliezen. In een gesprek kan dus niet alles gezegd worden (Houtkoop & Koole, 2000).

De theorie van Goffman is verder uitgewerkt door Brown en Levinson. In hun boek *Politeness* uit 1987 stellen ze dat gesprekspartners soms een aantasting kunnen vormen voor het gezicht van de spreker of luisteraar. Een voorbeeld van zo'n gezichtsbedreigende handeling (ook wel een *Face Threatening Act, FTA*) is het brengen van slecht nieuws (Houtkoop & Koole, 2000). In dit onderzoek staat het afwijzen van sollicitanten centraal. Door aan te geven dat een sollicitant

niet voldoet aan de eisen van het bedrijf, wordt diens gezicht bedreigd. Door bijvoorbeeld de sollicitant uit te leggen waarom hij of zij is afgewezen en eventueel succes te wensen met volgende sollicitaties, drukt de zender alsnog waardering en respect voor de gesprekspartner uit. Mensen hebben namelijk de behoefte om te worden gewaardeerd en gerespecteerd. Dit positieve imago wordt *positive face* genoemd. Naast het positief gezicht waarbij mensen gewaardeerd en gerespecteerd willen worden, bestaat er ook een negatief gezicht. Het negatief gezicht houdt in dat mensen ook behoefte hebben aan privacy, autonomie en handelingsvrijheid (Houtkoop & Koole, 2000).

Het moge duidelijk zijn dat wanneer een bedrijf een sollicitant moet afwijzen, het gezicht van de afgewezen ernstig beschadigd zal worden. Door gebruik te maken van een beleefdheidsstrategie kunnen mensen het eigen gezicht en het gezicht van de ander zoveel mogelijk beschermen. Een bedrijf zal het bedreigde gezicht van de sollicitant op de een of andere manier dus moeten verzachten. Door waardering en respect voor de sollicitant te laten blijken, zal het gezicht van beide partijen zo min mogelijk beschadigd worden. Jansen en Janssen (2010) deden onderzoek naar beleefdheidsstrategieën bij het afwijzen van sollicitanten. In het onderzoek manipuleerden ze het aantal en het type beleefdheidsstrategie. Jansen en Janssen concludeerden dat alleen de positieve beleefdheidsstrategie 'Give Reasons' een positief effect had op de evaluatie van het bericht. De twee andere positieve beleefdheidsstrategieën 'Compliments' en 'Assert Writer's Knowledge' hadden geen effect. Aangezien het geven van redenen een goede beleefdheidsstrategie blijkt te zijn, zal deze strategie in dit onderzoeksmateriaal worden toegepast.

2.2. Brief versus e-mail

Een brief en een e-mail hebben beide hetzelfde doel: het overbrengen van een boodschap. In essentie doen ze dus beide hetzelfde, maar er zijn veel fundamentele kenmerken die verschillen. Het eerste grote verschil tussen brief en e-mail ligt al bij het maken ervan. Een brief moet eerst worden geschreven, vervolgens in een envelop worden gedaan om daarna de brief in de daar voor bestemde brievenbus te doen. Let wel, de brief is dan nog niet aangekomen bij de geadresseerde. De brief gaat eerst nog naar een sorteercentrum voordat hij uiteindelijk bij de postbode in de postzak beland en bij de geadresseerde wordt afgeleverd (Lister et. al., 2003). Dit proces gaat bij e-mail natuurlijk aanzienlijk sneller. Een e-mail is een kwestie van schrijven en sturen. Tijd en afstand spelen hierbij geen rol. Met een fractie van een seconde wordt een boodschap van de ene kant naar de andere kant van de wereld verzonden. Daarnaast kan men één bericht tegelijkertijd naar meerdere mensen sturen.

Aangezien e-mail als snel en makkelijk wordt gezien, is de waardering voor een brief vaak groter. De moeite die iemand voor een brief doet, wordt meestal erg gewaardeerd. Zeker als deze brief handgeschreven is. E-mail kent echter maar weinig paralinguïstische informatie. Er kan eventueel een virtuele handtekening onder een e-mail staan, maar dit is alsnog minder persoonlijk dan een handtekening die persoonlijk op een brief is gezet (Barron & Yechiam, 2002).

De Jong (2002) heeft alle voor- en nadelen van zakelijke brieven en e-mails duidelijk uiteengezet. In tabel 1 vindt u een schematisch overzicht.

Tabel 1: Schematisch overzicht van de voor- en nadelen van brief en e-mail.

Brief		E-mail	
Voordelen	Nadelen	Voordelen	Nadelen
Status	Laat ter plaatse	Snelheid	Beperkte privacy
Vastleggend vermogen	Te indirect	Groot publiek	Onverenigbare computersystemen
Juridische waarde	Te duur	Grotere mobiliteit	Geringe kwaliteit vorm en inhoud
Moeilijke boodschap weloverwogen presenteren		Drempelloosheid	Informatieoverlast
Komt minder ongelegen		Goedkoop	

Voor brieven zijn allerlei conventies, e-mail kent echter nog maar weinig algemeen geldende normen en regels. Daarom adviseren onderzoekers en auteurs om een e-mail, als het gebruikt wordt voor zakelijke communicatie, te schrijven als een gewone brief (Beex, Doeve & Tiggeler, 2001). De standaardonderdelen van een brief mogen dan ook niet ontbreken in een zakelijke e-mail, zoals een sollicitatieafwijzing. Denk hierbij aan: aanhef, het onderwerp, aangegeven waarom er geschreven wordt, afsluiting en volledige ondertekening.

Omdat een sollicitatieafwijzing een officiële zakelijke brief is, wordt het logisch geacht om deze te ondertekenen. E-mail maakt ondertekening echter lastig. Solliciteren vindt steeds vaker plaats via de digitale weg. Is het dan ook logischer om een afwijzing per e-mail te ontvangen?

Hill en Monk (2002) hebben al eens onderzoek gedaan naar het verschil in waardering voor brief en e-mail. Hierbij gebruikten ze twee teksten, een sollicitatiebrief en een bedankbrief. De proefpersonen werden in twee groepen gedeeld, de ene groep ontving een geprinte versie van de twee brieven, de andere groep ontving de twee brieven als e-mail. De proefpersonen werd gevraagd de berichten op verschillende onderdelen te beoordelen (13 items). Hierbij konden ze hun mening over de kwaliteit van de brief of e-mail aangeven op een schaal van 1-10. Hill en Monk concludeerden dat de waardering voor een papieren tekst (brief) en een elektronisch tekst (e-mail) niet verschilt. Ondanks dat het onderzoek geen verschil in waardering aantoonde, beweren Hill en Monk desalniettemin dat e-mails informeler en onpersoonlijker zijn dan brieven. E-mail zouden ook minder gewichtig zijn dan brieven. Watts Sussman & Sproull (1999) stellen dat e-mails vaak korter zijn dan brieven. Door het korte karakter wordt een e-mail veelal als directer gezien, er moet immers in minder zinnen hetzelfde nieuws worden overgebracht.

2.2. Media Richness Theory

Een bekende theorie over het gebruik van media in organisaties is de Media Richness Theory (hierna: MRT) van Daft en Lengel (1987). Organisaties kunnen voor hun correspondentie kiezen uit een breed arsenaal aan media. Maar waarom kiezen ze voor bepaalde media? De MRT probeert hier een antwoord op te geven. Daft en Lengel brengen met hun theorie een bepaalde hiërarchie in media. Voor het kiezen tussen verschillende media stellen zij dat er onderscheid moet worden gemaakt tussen rijke en arme media. Daft en Lengel menen dat media verschillen in 'richness'. De rijkheid wordt bepaald door een aantal factoren; hoeveelheid cues, snelheid van feedback, taalvariatie en personalisatie. De dubbelzinnigheid van de taak heeft invloed op de keuze van het medium. Volgens Daft en Lengel kan er bij hoog ambigue taken (hoge taakdubbelzinnigheid) het beste gekozen worden voor een rijk medium. Een rijk medium kan in relatief korte tijd dubbelzinnige, complexe en vage kwesties overbrengen. Wanneer de taak

minder ambigue is, is het verstandig om gebruik te maken van een arm medium (Daft & Lengel, 1987).

Aan de hand van de rijk- armverdeling hebben Daft en Lengel media als volgt geclassificeerd: face-to-face, telefoon, persoonlijke documenten (zoals brieven en memo's), onpersoonlijk geschreven documenten en tot slot numerieke documenten. Een face to face gesprek is volgens Daft en Lengel dus het rijkste medium. Het geeft onder andere de mogelijkheid tot directe feedback. Door middel van de directe feedback kan de ontvanger nagaan of hij de boodschap op de juiste manier heeft geïnterpreteerd.

Er kleeft echter een nadeel aan de theorie van Daft en Lengel. Door de opkomst van nieuwe media is de classificatie verouderd. Elektronische media waren nog niet opgenomen in de theorie. Kishi (2008) heeft getracht aan de hand van de Media Richness Theory een nieuwe indeling te maken waarbij de nieuwe media wel zijn ingepast. In tabel 2 wordt de nieuwe classificatie van Kishi (2008) weergegeven. Dat e-mail als een ietwat rijker medium dan geschreven communicatie wordt gezien, kan ik begrijpen. Het sturen van e-mails gaat veel sneller dan bij brieven, de mogelijkheid tot directe feedback is veel groter dan bij geschreven communicatie. Ook Panteli (2002) is van mening dat e-mail een rijker medium is dan wordt beweerd. Volgens haar wordt e-mail gezien als een arm medium omdat het asynchroon zou zijn, het op tekst gebaseerd is en omdat het weinig paralinguïstische informatie zou bevatten. Door middel van observaties en tekstanalyse heeft ze geprobeerd ze de rijkheid van e-mail aan te tonen. Uit haar onderzoek blijkt dat men door middel van geschreven taal ook een expressieve betekenis kan overbrengen.

Tabel 2: Herziene classificatie aan de hand van MRT door Kishi (2008)

Rijk	Face to face communicatie	Tele/Video conferentie	Telefoon	Chat	Voice-mail	E-mail	Geschreven communicatie	Arm
------	---------------------------	------------------------	----------	------	------------	--------	-------------------------	-----

2.3. Structuur: direct of indirect?

Naast dat schrijvers kunnen kiezen voor een bepaald medium, kunnen ze ook kiezen om de tekst op verschillende manieren te presenteren. Voor het schrijven van slechtnieuwsberichten kan een schrijver twee structuren hanteren; een directe of indirecte tekststructuur. De directe structuur kenmerkt zich door in het begin van het bericht het slechte nieuws te presenteren. Vervolgens geeft de schrijver een motivatie voor de beslissing en sluit hij de brief af. Bij de indirecte structuur wordt het slechte nieuws voorzichtiger gepresenteerd; de schrijver bereidt de lezer voor op het slechte nieuws door eerst een motivatie te geven. Tijdens het lezen van de motivatie groeit bij de lezer het vermoeden van slecht nieuws. Het slechte nieuws volgt dan dus na de motivatie. Het slechte nieuws zou dan als logische conclusie op de argumentatie kunnen volgen. Beide structuren hebben voordelen. Over het algemeen wordt een directe structuur als eerlijker, beleefder en duidelijker gezien. De zender laat de ontvanger immers niet wachten en de ontvanger snapt de argumenten beter als hij begrijpt dat het argumenten zijn. Ook de indirecte structuur heeft een aantal voordelen. De indirecte structuur zorgt ervoor dat de ontvanger eerst de argumenten kan overwegen en zo zelf tot een conclusie kan komen. Verder wordt de indirecte structuur ook wel als aardig gezien; de ontvanger wordt niet overvallen maar krijgt de tijd om zich op het slechte nieuws voor te bereiden (Jansen, 2010, UCK Nazomercongres).

Jablin en Krone (1984) analyseerden afwijzingsbrieven gericht aan sollicitanten. Uit hun onderzoek blijkt dat 67% van de schrijvers gebruik maakt van een indirecte structuur en 33% de voorkeur geeft aan een directe structuur. Maar, welke structuur wordt het meest gewaardeerd? Het antwoord op deze vraag ligt tot op heden in het midden, wetenschappers en schrijvers van adviesliteratuur hebben er nog geen consensus over bereikt.

Over het algemeen lijkt het erop dat de voorkeur naar de indirecte structuur gaat. De indirecte structuur wordt veelal als lezersgericht gezien. Jansen en Janssen (2003) concludeerden in hun onderzoek naar claimafwijzingen dat proefpersonen de schrijver en organisatie sympathieker vinden als de beleefdheidsstrategieën voor de afwijzing (FTA) staan. Locker (1999) deed onderzoek naar de invloed van structuur op de evaluatie van slechtnieuwsberichten onder studenten. Uit haar onderzoek blijkt dat de indirecte structuur meer wordt gewaardeerd. Verder concludeert Locker dat verstandig is om neutrale buffers (een klein stukje tekst voor het slechte nieuws) te vermijden, ze leiden de aandacht van de boodschap af. Een buffer heeft pas effect wanneer er een combinatie van strategieën wordt gebruikt: bijvoorbeeld het geven van complimenten en redenen. Jansen en Janssen (2011) deden ook onderzoek naar de structuur bij slechtnieuwsberichten via e-mail en voice-mail. Uit het zeer recente onderzoek komt wederom naar voren dat een indirecte structuur bij een e-mail meer wordt gewaardeerd dan een directe. Echter, de structuur bij voice-mails maakt geen verschil voor de waardering van het bericht.

Brent (1985) staat ook kritisch tegenover de indirecte structuur. Volgens hem gebruikt men in zakelijke communicatie de indirecte structuur om de lezer toch positief over de zender te laten denken. Brent vindt zich hier erg over op, hij vindt de indirecte structuur misleidend. Wanneer men een indirecte structuur hanteert, zou men uitgaan van een naïeve lezer. Volgens Brent kan de reactie van de lezer niet gemanipuleerd worden. De schrijver gaat er vaak vanuit dat de lezer in een strikte volgorde leest, maar dat is niet zo. Een lezer leest van links naar rechts, van boven naar beneden en van onder naar boven. Lezers lezen scannend en verkennend, het gebruik van bufferzinnen is volgens Brent dan ook onnodig, het is tijdverspilling voor de lezer.

Smith, Nolan en Dai (1996) komen in hun onderzoek naar afwijzingsbrieven van sollicitanten tot eenzelfde conclusie. Uit hun onderzoek bleek dat de directe structuur effectiever, waardevoller en duidelijker is dan de indirecte structuur.

Ook Britt en Larson (2003) concluderen dat de directe structuur positiever wordt geëvalueerd, Lezers zouden een tekst met een directe structuur sneller kunnen lezen, daarnaast wordt de tekst beter onthouden. Lezers lezen immers doel georiënteerd. Door eerst het slechte nieuws te presenteren zouden ze al een framework hebben waardoor de rest van de tekst beter geïnterpreteerd kan worden. Verder zou het presenteren van de argumenten bovenaan in het bericht tot verwarring kunnen leiden, mensen zouden de relevantie van de berichten over het hoofd kunnen zien. Kortom, volgens Britt en Larson is het als eerste presenteren van het slechte nieuws de beste oplossing.

Uit het bovenstaande kan worden opgemaakt dat de indirecte structuur niet zonder meer de meest gewaardeerde structuur is. Dit onderzoek zal wederom een bijdrage leveren aan de veelgestelde vraag.

3. Hypothesen

Op basis van de besproken literatuur zijn er hypothesen opgesteld. De eerste hypothese is opgesteld aan de hand van adviesliteratuur en de Media Richness Theory. Het brengen van slecht nieuws zal het positieve gezicht van de ontvanger bedreigen. Daarom ligt het in de verwachting dat het rijkste medium het meest gewaardeerd wordt. Ondanks dat Kishi (2008) suggereert dat e-mail een rijker medium is dan een brief, veronderstel ik dat een brief persoonlijker is. De schrijver toont door middel van een brief aan dat hij of zij moeite heeft gedaan voor de ontvanger. Zeker in bij het brengen van slecht nieuws, wat weloverwogen moet gebeuren, verwacht ik dat een brief het positiefst geëvalueerd zal worden.

H1:

Een afwijzing per brief zal door de lezer positiever beoordeeld worden dan een afwijzing per e-mail.

De tweede hypothese is opgesteld aan de hand van eerder onderzoek (Smith, Nolan & Dai, 1996, Brent, 1985, Britt & Larson, 2003). Ondanks dat er heel wat stemmen opgaan voor de indirecte tekststructuur, verwacht ik dat de ontvanger een bericht met een directe tekststructuur positiever zal evalueren. Brent stelt dat een lezer geen naïef iemand is. Wij kunnen de manier van lezen niet manipuleren. Een lezer leest op zijn eigen manier; van boven naar beneden van onder naar boven et cetera. Wanneer iemand solliciteert, weet hij of zij dat er een reactie zal komen. Wanneer het bericht wordt ontvangen, lijkt het mij in de verwachting liggen dat de sollicitant eerst op zoek gaat naar de beslissing en daarna pas de argumentatie goed leest. De sollicitant wil immers maar één ding weten.

H2:

Een directe afwijzing zal door de lezer positiever geëvalueerd worden dan een indirecte afwijzing.

De derde onderzoeksvraag kijkt naar een eventueel effect van de mediumkeuze van de sollicitant op de waardering van het medium waarmee de afwijzing wordt ontvangen. Hier is nog geen onderzoek naar gedaan. Er kan dus geen hypothese worden opgesteld aan de hand van eerder onderzoek. Mijn verwachting is dat dezelfde mediumkeuze het meest gewaardeerd zal worden. Ik veronderstel dat mensen de verwachting hebben dat ze een reactie zullen ontvangen via hetzelfde kanaal. Een mediumswitch wordt wellicht als verassend gezien. De derde hypothese luidt daarom als volgt.

H3:

De mediumkeuze van de sollicitant heeft invloed op de waardering van het medium waarmee de afwijzing wordt ontvangen. Men evalueert eenzelfde mediumkeuze bij een afwijzing positiever dan een mediumswitch.

Dit onderzoek zal ook kijken een eventueel interactie-effect van mediumkeuze en tekststructuur. Hier kan echter geen hypothese voor worden opgesteld.

4. Methode

4.1. Onderzoeksontwerp

Dit onderzoek is van kwantitatieve aard en heeft een 2x2x2 design: er is sprake van drie onafhankelijke variabelen die allen in twee verschillende gedaanten voorkomen. In totaal zijn er dus acht verschillende condities. Het onderzoek heeft een tussenproefpersonen ontwerp. Dit houdt in dat de proefpersonen slechts één tekst krijgen voorgelegd. In het totaal namen er 160 mensen deel aan het onderzoek. De proefpersonen werden *ad random* toegewezen aan een van de acht condities.

Zoals aangegeven ben ik geïnteresseerd in twee effecten op de waardering van slecht nieuws:

- Het effect van mediumkeuze (brief vs. e-mail)
- Het effect van tekststructuur (direct vs. indirect)

Daarnaast ben ik geïnteresseerd of het medium waarmee de sollicitant heeft gesolliciteerd invloed heeft op de waardering van het medium waar hij of zij de afwijzing mee ontvangt.

- Het effect van mediumkeuze sollicitant (brief vs. e-mail)

Kortom, mediumkeuze van de afwijzing (brief vs. e-mail), tekststructuur (direct vs. indirect) en de mediumkeuze van de sollicitatie (brief vs. e-mail) zijn de onafhankelijke variabelen. Wellicht zorgen deze onafhankelijke variabelen voor een effect op de afhankelijke variabelen. Echter, de laatstgenoemde onafhankelijke variabele, 'mediumkeuze van de sollicitant', wordt niet op zichzelf getoetst. Er wordt gekeken of deze onafhankelijke variabele eventueel invloed heeft op de waardering van de mediumkeuze waarmee de afwijzing heeft gestuurd. In de onderstaande tabel wordt een schematisch overzicht van het onderzoeksdesign weergegeven.

Tabel 3: Onderzoeksdesign: overzicht verschillende condities

Versie	Onafhankelijke variabelen	Proefpersonen	N
Versie 1.1.1 (BBI)	Brief x brief x indirect	1-20	20
Versie 1.1.2 (BBD)	Brief x brief x direct	21-40	20
Versie 1.2.1 (BEI)	Brief x e-mail x indirect	41-60	20
Versie 1.2.2 (BED)	Brief x e-mail x direct	61-80	20
Versie 2.1.1 (EEI)	E-mail x brief x indirect	81-100	20
Versie 2.1.2 (EED)	E-mail x brief x direct	101-120	20
Versie 2.2.1 (EBI)	E-mail x e-mail x indirect	121-140	20
Versie 2.2.2 (EBD)	E-mail x e-mail x direct	141-160	20
<u>Totaal</u>			160

Het medium dat als eerste staat aangegeven in de tabel, is het medium waarmee de sollicitant heeft gesolliciteerd. Het tweede medium dat staat aangegeven, is het medium waarmee de fictieve verzekeringsmaatschappij 'Mens&Verzekering' heeft gereageerd op de sollicitatie.

4.2. Afhankelijke variabelen

Met behulp van onderstaande afhankelijke variabelen kan er onderzocht worden in hoeverre de proefpersonen het medium en de structuur van de tekst waarderen.

- Zenderimago
 - o Zenderdeskundigheid
 - o Zenderaantrekkelijkheid

- Zenderbetrouwbaarheid
- Tekstaantrekkelijkheid
- Tekstbegrijpelijkheid
- Aanvaardbaarheid van de beslissing
- Rapportcijfer bericht

De afhankelijke variabelen zijn afkomstig uit een bachelorscriptie (Toebes, 2007). Aangezien haar argumentatie voor de keuze van deze afhankelijke variabelen gedegen is, heb ik het grotendeels overgenomen. Omdat de teksten in dit onderzoek als overtuigende teksten gezien kunnen worden, verwijst Toebes naar boeken van Maes, Ummelen en Hoeken (1996) en Hoeken (1998). De lezer moet immers overtuigd worden dat het goede beslissing is geweest om de sollicitant af te wijzen. In het boek *Instructieve teksten: analyse ontwerp en evaluatie* van Maes, Ummelen en Hoeken (1996), wordt het begrip tekstwaardering opgesplitst in drie constructen: 'zenderimago', 'tekstaantrekkelijkheid' en 'tekstbegrijpelijkheid'. Toebes stelt dat het boek vooral gericht is op instructieve teksten, het begrip zenderimago is daarom minder belangrijk voor Maes, Ummelen en Hoeken. Het construct 'zenderimago' wordt in het boek *Het ontwerp van overtuigende teksten* van Hoeken (1998) wel verder uitgewerkt. Hoeken splitst het construct 'zenderimago' op in drie constructen: 'zenderdeskundigheid', 'zenderaantrekkelijk' en 'zenderbetrouwbaarheid'.

Het belangrijkste doel bij slechtnieuwsberichten, in dit onderzoek een afwijzing van een sollicitant, is dat men de beslissing aanvaard. Daarom heb ik het construct aanvaardbaarheid toegevoegd aan de afhankelijke variabelen van Toebes. Verder geven de proefpersonen in dit onderzoek een algemeen rapportcijfer aan het bericht. Het rapportcijfer zegt uiteraard ook iets over de waardering van de tekst in het algemeen. De waardering van structuur wordt ook gemeten door middel van meerdere vragen. Deze afhankelijke variabele wordt echter alleen gerapporteerd bij toetsen die kijken naar de waardering van structuur.

Met uitzondering van het rapportcijfer worden de andere constructen met meerdere vragen gemeten, hierdoor wordt de betrouwbaarheid van het construct verhoogd. De operationalisering van de afhankelijke variabelen zijn terug te vinden in bijlage A.

4.3. Proefpersonen

De tekst is gericht op mensen die ervaring hebben met solliciteren. Proefpersonen die jonger zijn dan 18 jaar werden binnen dit onderzoek buiten beschouwing gelaten. Het is niet realistisch dat personen onder de 18 jaar ervaring hebben met solliciteren. Bij de afname van het onderzoek werd hier rekening mee gehouden.

De proefpersonen werden in de centrale bibliotheek van Tilburg benaderd om deel te nemen aan het onderzoek. Hiervoor is gekozen omdat de mensen die de bibliotheek bezoeken, over het algemeen tijd hebben voor het mee werken aan een onderzoek. Tevens komen er in de bibliotheek mensen van alle leeftijden. Op deze manier kon er een zeer grote groep bereikt worden met verschillende leeftijden en opleidingsniveaus.

De proefpersonen werd verteld dat het ging om een grootschalig onderzoek van de Universiteit Utrecht naar zakelijke correspondentie. Na het afnemen van het onderzoek werden de proefpersonen ingelicht over het eigenlijke doel van het onderzoek; *debriefing*.

4.4. Onderzoeksmateriaal

Allereerst kregen de proefpersonen een scenario voorgelegd. Aan de proefpersonen werd gevraagd om zich in de gegeven situatie in te leven. In het scenario wordt uitgelegd dat de proefpersoon zich moet voorstellen dat hij of zij heeft gesolliciteerd naar de functie van commercieel medewerker. Het gaat om een functie bij de fictieve verzekeringsmaatschappij 'Mens&Verzekering'. Vervolgens kregen de proefpersonen een brief of e-mail voorgelegd waarin het slechte nieuws wordt gebracht dat de hij of zij niet aan de eisen van het bedrijf voldoet en dus wordt afgewezen voor de functie. Tot slot werd er een vragenlijst ingevuld.

4.4.1 Scenario

Voordat de proefpersonen de afwijzingsbrief kregen voorgelegd, dienden ze zich eerst te inleven in een scenario. Er zijn twee verschillende scenario's. In principe hebben de scenario's dezelfde inhoud. In het scenario wordt verteld dat de proefpersoon denkbeeldig heeft gesolliciteerd naar de functie van commercieel medewerker bij de fictieve grote verzekeringsmaatschappij 'Mens&Verzekering'. Er wordt benadrukt dat de proefpersoon met vol vertrouwen de sollicitatie heeft verstuurd, hij of zij is immers zojuist nog omgeschoold tot commercieel medewerker door middel van een cursus bij het LOI. Deze situatieschets is opgenomen om de FTA in de afwijzingsbrief groter maken. In de afwijzingsbrief wordt de proefpersoon namelijk afgewezen op het opleidingsniveau. Het grote verschil tussen de twee scenario's is de manier waarop de proefpersoon de sollicitatie heeft verstuurd. In het ene scenario heeft de proefpersoon de sollicitatie per brief gestuurd en in het andere scenario heeft de proefpersoon de sollicitatie per e-mail gestuurd. Op deze manier is de onafhankelijke variabele 'mediumkeuze van de sollicitatie' gemanipuleerd. De twee verschillende scenario's zijn terug te vinden in bijlage B.

4.4.2. Afwijzingsbrieven

De afwijzingsbrieven van de sollicitanten zijn opgesteld aan de hand van voorbeelden in het boek *Zakelijk Corresponderen* van Jaap de Jong (2002). De Jong geeft een aantal richtlijnen waar een afwijzing aan moet voldoen. De kern is simpelweg een afwijzing van de sollicitant die niet in aanmerking komt voor een bepaalde baan. De onaangenaamheid van het slechte nieuws hangt volgens de Jong af van het tijdstip in de sollicitatieprocedure waarop de afwijzing plaatsvindt. In dit onderzoek is er voor afwijzingsbrieven in de beginfase van het sollicitatieproces gekozen. Hiervoor is gekozen omdat er wordt gekeken naar een eventuele samenhang tussen de waardering van de mediumkeuze van de afwijzingsbrief en het medium waarmee de sollicitant de sollicitatie heeft gestuurd. De Jong (2002) is een duidelijk voorstander van de indirecte structuur. Het gevoel van eigenwaarde van de sollicitant acht De Jong als zeer belangrijk, dit blijkt uit zijn adviezen. De checklist die De Jong heeft opgesteld wordt weergegeven in tabel 4.

Tabel 4: Checklist voor het opstellen van een afwijzingsbrief (De Jong, 2002)

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. Bevat de brief een inleiding, motivering en een afwijzing?2. Is de onderwerpsaanduiding niet te negatief?3. Bevat de inleiding een dankzegging?4. Hebt u een motivering gegeven die de gevoelens van de sollicitant spaart?5. Is de afwijzing beleefd geformuleerd?6. Hebt u de brief positief afgesloten?7. Is de brief niet onbeleefd kort? |
|--|

Aangezien de brieven in dit onderzoek écht slecht nieuws moeten bevatten, heb ik besloten om op punt 4 van de checklist af te wijken. De deelnemers aan dit onderzoek moeten het bericht

immers als een FTA opvatten. Daarom is ervoor gekozen om de motivering van de afwijzing wat zwaarder te maken. De standaardafwijzing 'een groot aantal sollicitanten' is daarom niet de hoofdmotivatie. De proefpersoon krijgt te horen, denkbeeldig uiteraard, dat hij of zij af wordt gewezen op twee eisen: hij of zij beschikt niet over de beheersing van twee vreemde talen en hij of zij heeft een opleidingsniveau dat niet voldoet aan de criteria. De afwijzing is geplaatst in een aparte alinea, zodat de deelnemers aan het onderzoek er minder snel overheen zullen lezen. Bij de afwijzingsbrieven met een directe structuur wordt meteen het slechte nieuws gepresenteerd aan lezer.

De brieven werden op papier aan de proefpersonen voorgelegd en de e-mails werden gepresenteerd op een computer. In principe kijken de e-mailberichten qua inhoud niet af van de afwijzingsbrieven. De e-mailberichten bevatten dezelfde motivatie. Het grote verschil ligt voornamelijk in lay-out van het bericht. Een e-mail mist bijvoorbeeld een persoonlijke ondertekening van de schrijver en een 'betreft-kopje'. De twee onafhankelijke variabelen medium afwijzingsbrief (brief vs. e-mail) en structuur (direct vs. indirect) zijn dus gemanipuleerd in de afwijzingsberichten. De vier verschillende afwijzingsberichten zijn terug te vinden in bijlage C.

4.4.3. Vragenlijst

Door middel van een vragenlijst kunnen eventuele effecten van de manipulaties op de afhankelijke variabelen worden gemeten. De vragenlijst bestaat voornamelijk uit schaalvragen. Het betreft hier 7-punts Likert-schalen. De proefpersonen moesten met behulp van deze schalen aangeven in hoeverre ze het eens waren met de stelling. Om de betrouwbaarheid van dit onderzoek te maximaliseren is er gebruik gemaakt van de *balanced-scale techniek*. Dit houdt in dat de stellingen zowel positief als negatief geformuleerd zijn. Op deze manier werden de proefpersonen bij de les gehouden. Wanneer er sprake is van gedachteloos invullen dan zal dit direct herkend worden.

Na het lezen van het afwijzingsbericht werd de vragenlijst aan de proefpersonen voorgelegd. De stellingen hebben allemaal betrekking op de afhankelijke variabelen. In bijlage A vindt u het overzicht van de stellingen per construct opgenomen. Naast de stellingen bevatte de vragenlijst ook nog een aantal demografische vragen zoals geslacht, leeftijd en opleidingsniveau. Verder werden er nog een aantal algemene vragen gesteld over het gebruik van de media brief en e-mail. Deze vragen kunnen als mogelijke verklaring dienen van de uitkomsten. Verder werd er aan de proefpersonen gevraagd om een algemeen rapportcijfer te geven aan het bericht. De vragenlijst vindt u terug in bijlage D.

4.5. Manipulatiecontrole

Om na te gaan of de proefpersonen de afwijzing per brief of e-mail daadwerkelijk als slecht nieuws zagen, is er een vraag ter controle van de manipulatie opgenomen in de vragenlijst. Aan de hand van de gemiddeldes is af te leiden dat de proefpersonen de afwijzing zowel per mail ($M=6.05$, $SD=1.39$) als brief ($M=5.65$, $SD=1.57$) als slecht nieuws zagen.

4.6 Randomisatiecontrole proefpersonen

In het totaal namen er 160 proefpersonen deel aan het onderzoek, waarvan 73 mannen en 87 vrouwen. De gemiddelde leeftijd van de proefpersonen is 41 jaar. De jongste proefpersoon was 18 en de oudste 87. Er hebben geen proefpersonen onder de 18 jaar deelgenomen aan het onderzoek, er is dus geen data verwijderd.

Het opleidingsniveau van de proefpersonen varieert van VMBO tot WO. De meeste proefpersonen hebben een HBO studie gevolgd (34%). De VMBO opgeleiden waren in de minderheid (4%). In tabel 5 vindt u een overzicht van de hoogst genoten opleidingen van de proefpersonen.

Tabel 5: Opleidingsniveau proefpersonen

Opleiding	N	Percentage
Lager onderwijs	8	5%
VMBO	6	4%
HAVO	17	11%
VWO	15	9%
MBO	22	14%
HBO	54	33%
WO	38	24%
Totaal	160	100%

De randomisatiecontrole is uitgevoerd om te kijken of eventuele verschillen in antwoorden puur te wijten zijn aan de manipulaties. Uit de resultaten blijkt dat de proefpersonen redelijk tot goed verdeeld zijn over de acht verschillende condities. In tabel 6 vindt u een overzicht van de eigenschappen van de proefpersonen in de acht verschillende condities.

Tabel 6: Overzicht verdeling proefpersonen over acht condities.

Versie	N	Man	Vrouw	Leeftijd (M)	Opleidingsniveau
Versie 1.1.1	20	8	12	40.4	LO=2, HA=3, VW=2, MB=2, HB=5, WO=6
Versie 1.1.2	20	11	9	38.7	LO=1, HA=4, VW=2, MB=2, HB=6, WO=7
Versie 1.2.1	20	10	10	38	LO=3, VM=2, HA=4, VW=1, MB=1, HB=9
Versie 1.2.2	20	12	8	45.8	LO=2, VM=1, MB=8, HB=5, WO=4
Versie 2.1.1	20	7	13	45.8	VM=1, HA=2, MB=2, HB=13, WO=2
Versie 2.1.2	20	6	14	39.2	VM=1, HA=2, VW=1, MB=4, HB=7, WO=5
Versie 2.2.1	20	11	9	37.8	VM=1, HA=2, VW=5, MB=3, HB=3, WO=6
Versie 2.2.2	20	8	12	44.1	VW=5, MB=3, HB=5, WO=7

Versie: 1.1.1= brief x brief x indirect, 1.1.2= brief x brief x direct, 1.2.1= brief x e-mail x indirect, 1.2.2= brief x e-mail x direct, 2.1.1= e-mail x brief x indirect, 2.1.2= e-mail x brief x direct, 2.2.1= e-mail x e-mail x indirect, 2.2.2= e-mail x e-mail x direct

Opleidingsniveau: LO= lager onderwijs, VM= vmbo, HA= havo, VW= vwo, MB= mbo, HB= hbo, WO= wetenschappelijk onderwijs

Met behulp van CROSSTABS is er voor de zekerheid nog een toets uitgevoerd. Hieruit blijkt dat het geslacht van de proefpersonen goed verdeeld is over de verschillende condities ($\chi^2= 6.63$, $df= 7$, $p=.47$). Ook de leeftijd van de proefpersonen is goed verdeeld over de verschillende condities ($\chi^2= 376.95$, $df= 343$, $p=.10$). Het opleidingsniveau kan niet getoetst worden met een chikwadraattoets omdat de verwachte frequentie van de cellen minimaal 5 moet zijn in 80% van de gevallen. De variabele 'opleidingsniveau' heeft in 85,7% van de cellen een waarde die lager is dan 5. Om de verdeling van het opleidingsniveau over de verschillende condities toch te kunnen controleren, is het opleidingsniveau in drie groepen verdeeld. Lager onderwijs en VMBO behoren tot de groep 'laag', MBO, HAVO en VWO behoren tot de groep 'gemiddeld' en HBO en WO behoren tot de groep 'hoog'. Helaas wordt door de verdeling in drie groepen de verwachte frequentie in de cellen niet hoger. Er kan geen chikwadraattoets worden uitgevoerd. Gesteld kan worden dat in dit onderzoek de lager opgeleiden sterk ondervertegenwoordigd zijn en niet goed verdeeld zijn over de verschillende condities. Dit moet bij de verwerking van de resultaten in ogenschouw worden genomen.

4.7. Betrouwbaarheid constructen

In dit onderzoek zijn de constructen met behulp van meerdere vragen gemeten. Het gaat om de constructen zenderimago (opgesplitst in zenderdeskundigheid, zenderaantrekkelijkheid en

zenderbetrouwbaarheid), tekstaantrekkelijkheid, tekstbegrijpelijkheid, structuur en de aanvaardbaarheid van de beslissing. Met behulp van een betrouwbaarheidstoets is de betrouwbaarheid van de vragen die eenzelfde construct beogen te meten, gecontroleerd. Bij een Cronbachs Alfa van 0,65 of hoger, kan er geconcludeerd worden dat de constructen betrouwbaar zijn en dus hetzelfde meten.

De proefpersonen hebben een vragenlijst ingevuld met een 7-punt Likertschaal. Zoals aangegeven in de methode, zijn er een aantal stellingen negatief geformuleerd. Om analyses te kunnen uitvoeren zijn de antwoorden op de negatieve schalen omgepold, zodat een hoge score een positieve waardering betekent.

Uit de betrouwbaarheidsanalyse blijkt dat bijna alle constructen één onderliggend construct meten. De uitzondering is het construct begripelijkheid, dit construct is namelijk niet voldoende betrouwbaar. Het beoogde construct heeft na verwijdering van twee vragen een Cronbach's Alfa van 0,61. Dit is niet voldoende. De vragen die het construct begripelijkheid beoogde te meten, kunnen niet samen worden genomen.

Bij het construct zenderbetrouwbaarheid kan door één item te verwijderen de Cronbach's Alfa verhoogd worden van 0,70 naar 0,79. Aangezien het hier gaat om een grote verhoging, wordt vraag 19 (de schrijver is niet neutraal) binnen dit onderzoek buiten beschouwing gelaten. Ook kan de Cronbach's Alfa bij het construct zenderaanrekkelijkheid verhoogd worden door een item te verwijderen. Door vraag 17 (de schrijver is onvriendelijk) te verwijderen, stijgt de Cronbach's Alfa van 0,82 naar 0,83. Aangezien het niet om een grote verhoging van de betrouwbaarheid gaat, wordt vraag 17 niet verwijderd. De constructen met de daarbij behorende Cronbach's Alfa's zijn weergegeven in tabel 7. Zoals u kunt zien is de betrouwbaarheid van de rest van de constructen hoog. Van de vragen van de betrouwbare constructen worden somscores gemaakt.

Tabel 7: Betrouwbaarheid constructen

Construct	Vragen	Cronbachs Alfa
Zenderbetrouwbaarheid	Vraag 4, 15 en 23	.79
Zenderdeskundigheid	Vraag 2, 6 en 13	.79
Zenderaanrekkelijkheid	Vraag 8, 11 en 17	.82
Tekstaantrekkelijkheid	Vraag 3, 5, 10, 14 en 18	.72
Begripelijkheid	Vraag 7, 12, 16, 20 en 22	.61
Structuur	Vraag 24 en 26	.68
Aanvaardbaarheid beslissing	Vraag 9, 21 en 25	.88

5. Resultaten

5.1. Waardering van brief en e-mail

Een van de vragen die in dit onderzoek centraal staat is; ontvangt men bij een afwijzing liever een brief of een e-mail? In tabel 8 is te zien dat de 160 proefpersonen de brief en e-mail op één afhankelijke variabele verschillend beoordelen. De proefpersonen kunnen de afwijzing namelijk meer aanvaarden bij een brief dan bij een e-mail. De afwijzing per brief of e-mail heeft geen invloed op de andere afhankelijke variabelen.

Tabel 8: Onafhankelijke t-toetsen voor verschillen tussen brief en e-mail.

Construct	Brief M (SD)	E-mail M (SD)	T	Df	p
Zenderbetrouwbaarheid	5.02 (1.11)	4.72 (1.44)	1.518	158	.13
Zenderdeskundigheid	5.05 (1.04)	4.90 (1.18)	0.863	158	.39
Zenderaantrekkelijkheid	4.65 (1.25)	4.36 (1.38)	1.424	158	.16
Tekstaantrekkelijkheid	3.97 (0.57)	3.91 (0.73)	0.604	158	.55
Aanvaardbaarheid	5.65 (1.08)	5.02 (1.81)	2.667	158	.01*

1=lage waardering, 7=hoge waardering, *=significant op 0.05-niveau

Verder blijkt dat de proefpersonen een significant hoger rapportcijfer geven aan de afwijzing per brief (M=7.30, SD=1.19) dan aan de afwijzing per e-mail (M=6.77, SD=1.41) ($t=2.523$, $df=153$, $p=.01$). In de vragenlijst is tevens een vraag opgenomen waarin direct wordt gevraagd naar de beoordeling van de twee verschillende media. De proefpersonen geven een 4.59 (SD=2.11) aan het medium e-mail op een schaal van zeven, het medium brief scoort hoger met een 5.23 (SD=1.61). Een t-test wijst uit dat dit een significant verschil is ($t= -2.843$, $df= 159$, $p= .01$).

5.2. Waardering van structuur

De volgende vraag die in dit onderzoek centraal staat is; heeft de structuur van de tekst invloed op de evaluatie van de lezer? In tabel 9 is te zien dat de proefpersonen een slechtnieuwsbericht met een directe of indirecte structuur niet verschillend beoordelen. Ook het rapportcijfer dat de proefpersonen aan de brief of e-mail mochten geven verschilt niet significant ($t=-0.661$, $df=158$, $p=.51$). De indirecte structuur scoort over het algemeen een 6.96 (SD=1.41). De tekst met de directe structuur wordt beoordeeld met een 7.10 (SD=1.25).

Tabel 9: Onafhankelijke t-toetsen voor verschillen indirecte en directe structuur

Construct	Indirect M (SD)	Direct M (SD)	T	df	p
Zenderbetrouwbaarheid	4.77 (1.37)	4.97 (1.20)	-0.981	158	.33
Zenderdeskundigheid	4.92 (1.08)	5.02 (1.16)	-0.531	158	.60
Zenderaantrekkelijkheid	4.68 (1.34)	4.33 (1.28)	1.709	158	.09
Tekstaantrekkelijkheid	3.97 (0.68)	3.92 (0.63)	0.410	158	.68
Structuur	5.29 (1.44)	5.42 (1.30)	-0.577	158	.57
Aanvaardbaarheid	5.41 (1.45)	5.26 (1.59)	0.606	158	.55

1=lage waardering, 7=hoge waardering.

5.3. Mediumkeuze sollicitant versus mediumkeuze bedrijf

Een andere vraag in dit onderzoek is; heeft het medium waarmee de sollicitatie is verstuurd, invloed op de waardering van het medium waarmee de sollicitant de afwijzing ontvangt? Dat klinkt als een lange en lastige vraag. Anders gezegd, prefereert een sollicitant bij een afwijzing dezelfde mediumkeuze of juist een mediumswitch? Uit tabel 10 blijkt dat de proefpersonen een e-mail of brief positiever evalueren als de zender van de afwijzing kiest voor hetzelfde medium. Op bijna alle constructen wordt een significant verschil gevonden. De proefpersonen vinden de zender betrouwbaarder en deskundiger als hij of zij kiest voor hetzelfde medium als de sollicitant. Daarnaast de beslissing significant sneller aanvaard bij eenzelfde mediumkeuze. De twee andere afhankelijke variabele verschillen net niet significant.

Er is ook een significant verschil wat betreft de rapportcijfers die de proefpersonen aan de berichten hebben gegeven ($t=5.294$, $df=140.65$, $p<.001$). De berichten met dezelfde mediumkeuze worden positiever geëvalueerd (M=7.54, SD=1.06) dan de berichten waarbij er sprake was van een mediumswitch (M=6.50, SD=1.38).

Tabel 10: Onafhankelijke t-toetsen voor verschillen in mediumovereenstemming

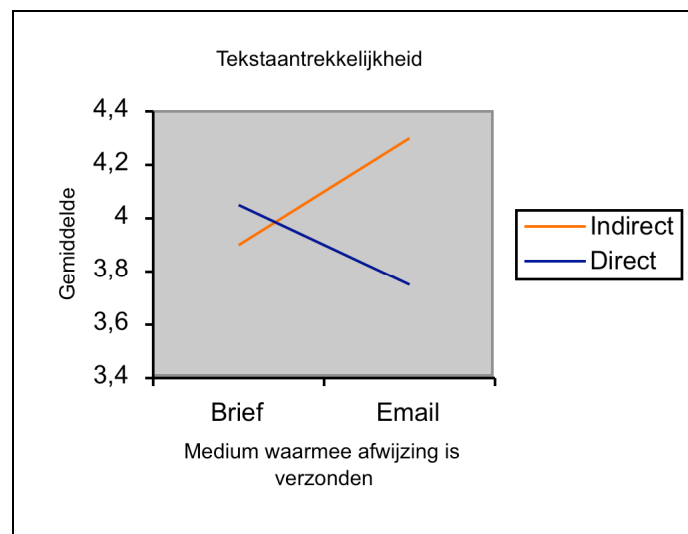
Construct	Overeenstemming	Geen overeenstemming	t	df	p.
	M (SD)	M (SD)			
Zenderbetrouwbaarheid	5.12 (1.17)	4.62 (1.37)	2.492	158	.01*
Zenderdeskundigheid	5.31 (1.02)	4.63 (1.11)	4.078	158	.000*
Zenderaantrekkelijkheid	4.70 (1.28)	4.31 (1.34)	1.873	158	.06
Tekstaantrekkelijkheid	4.04 (0.59)	3.85 (0.71)	1.829	158	.07
Aanvaardbaarheid	5.70 (1.29)	4.97 (1.65)	3.116	149.10	.002*

1=lage waardering, 7=hoge waardering, *=significant op 0.05-niveau

5.4. Interactie-effect mediumkeuze en structuur?

Wellicht worden brief en e-mail anders beoordeeld wat betreft structuur? Om dit te onderzoeken is er gebruik gemaakt van een tweewegsvariantieanalyse. Uit de resultaten blijkt dat er sprake is van een interactie-effect op de waardering van de afhankelijke variabele 'tekstaantrekkelijkheid' ($F=10.605$, $df=1$, 156 , $p=.001$). Het verschil in tekstwaardering tussen brief en e-mail hangt af van de conditie waarin zij opereren; in dit geval een indirecte of directe structuur. Uit figuur 1 kan worden opgemaakt dat een e-mail met een indirecte structuur, wat betreft tekstaantrekkelijkheid, significant beter wordt beoordeeld dan een brief met een indirecte structuur. Daarentegen wordt de tekstaantrekkelijkheid van een brief met een directe structuur significant beter beoordeeld dan een e-mail met een directe structuur.

Figuur 1: Interactie-effect mediumkeuze en tekststructuur op afhankelijke variabele tekstaantrekkelijkheid



5.5. Demografische effecten

5.5.1. Leeftijd: jong en oud

Twintig jaar geleden hadden de meeste mensen nog geen ervaring met e-mail. Voor die tijd vond geschreven communicatie alleen plaats per brief of fax. Wellicht heeft leeftijd daarom invloed op de waardering van het medium? Misschien zien ouderen een afwijzing per e-mail negatiever dan dat jongeren dat doen?

Met behulp van t-toetsen kan worden nagegaan hoe jongere en oudere mensen brief en e-mail waarderen. De afhankelijke variabelen bij de t-toetsen zijn twee beoordelingsvragen uit de vragenlijst. De leeftijd van de proefpersonen heb ik in twee groepen gedeeld: jong en oud. De verdeling wordt weergegeven in tabel 11. Ik heb voor deze verdeling gekozen omdat twintigers en dertigers op jonge leeftijd kennis gemaakt kunnen hebben met e-mail. Voor de ouderen is dat een ander verhaal, de introductie van e-mail kwam voor hen pas op een volwassen leeftijd.

Tabel 11: Verdeling van leeftijd in twee groepen: jong en oud

	Uitleg	Aantal proefpersonen
Jongeren	18 tot 40 jaar	75
Ouderen	40 tot 87 jaar	85

Uit de t-toets blijkt dat jongeren en ouderen e-mail significant verschillend beoordelen ($t=3.525$, $df=175.80$, $p=.001$). Jongeren vinden e-mail een prettiger medium dan ouderen. Echter, jongeren en ouderen beoordelen brieven niet significant verschillend ($t=-1.534$, $df=158$, $p=.13$). De gemiddeldes worden weergegeven in tabel 12.

Tabel 12: Gemiddelde waardering van brief en e-mail door jongeren en ouderen

	Jongeren	Ouderen
Ik vind brief een prettig medium	5.01 (1.67)	5.40 (1.54)
Ik vind e-mail een prettig medium	5.21 (1.82)	4.09 (2.21)

Met een regressieanalyse kan worden nagegaan in hoeverre leeftijd daadwerkelijk de score op de afhankelijke variabelen voorspelt. Na controle op eventuele uitschieters en scheefheid worden de analyses uitgevoerd. Uit de regressieanalyses blijkt dat er alleen een significant regressiemodel wordt gevonden voor de afhankelijke variabele 'zenderbetrouwbaarheid' ($F=3.777$, $df=1$, 158 , $p=.05$). Naarmate men ouder wordt schijnt men de zender minder betrouwbaar te vinden ($b=-0.01$, $t=-1.943$, $p=.05$). Dit effect is overigens verwaarloosbaar ($R^2=0.02$), de variantie in leeftijd verklaart dus voor 2% de variantie in zenderbetrouwbaarheid. Kortom, leeftijd draagt geen voorspelling met zich mee voor de afhankelijke variabelen in dit onderzoek.

5.5.2. Ervaring met solliciteren

In hoeverre heeft ervaring met solliciteren invloed op de waardering van de slechtnieuwsberichten? Wederom kan er met behulp van een voorspellende regressieanalyse worden nagegaan of de ervaring die de proefpersoon heeft met solliciteren, invloed heeft op de waardering van de berichten. Uit de regressieanalyse blijkt dat er een significant model wordt gevonden voor zenderbetrouwbaarheid ($F=4.371$, $df=1$, 158 , $p=.04$), zenderdeskundigheid ($F=4.359$, $df=1$, 158 , $p=.04$) en de aanvaardbaarheid van de beslissing ($F=4.610$, $df=1$, 158 , $p=.03$). Het regressiemodel is voor de andere afhankelijke variabelen niet significant.

Ervaring met solliciteren ($b=0.13$, $t=2.091$, $p=.04$) lijkt een effect te hebben op zenderbetrouwbaarheid. Echter, de variantie in ervaring met solliciteren verklaart slechts voor 3% de variantie in zenderbetrouwbaarheid ($R^2=0.03$). Dit geldt tevens voor de twee andere afhankelijke variabelen; zenderdeskundigheid ($b=0.11$, $t=2.088$, $p=.04$) en aanvaardbaarheid van de beslissing ($b=0.11$, $t=2.147$, $p=.03$). Ook bij deze variabelen wordt slechts 3% van de variantie verklaart door ervaring met solliciteren. Op het eerste gezicht lijkt het er dus op dat de

ervaring met solliciteren invloed heeft op de waardering van het bericht. Hoe meer ervaring met solliciteren, des te meer waardering voor het afwijzingsbericht. Echter, er is sprake van een verwaarloosbaar verband.

6. Conclusie

In dit kwantitatieve onderzoek is onderzocht of medium en tekststructuur invloed hebben op de waardering van een slechtnieuwsbericht. Naar aanleiding van relevante literatuur zijn aan het begin van het onderzoek de volgende hypothesen opgesteld:

H1:

Een afwijzing per brief zal door de lezer positiever beoordeeld worden dan een afwijzing per e-mail.

H2:

Een directe afwijzing zal door de lezer positiever geëvalueerd worden dan een indirecte afwijzing.

H3:

De mediumkeuze van de sollicitant heeft invloed op de waardering van het medium waarmee de afwijzing wordt ontvangen. Men evalueert eenzelfde mediumkeuze bij een afwijzing positiever dan een mediumswitch.

Aan de hand van de resultaten concludeer ik dat een afwijzing per brief positiever wordt geëvalueerd dan een afwijzing per e-mail. Niet op alle afhankelijke variabelen werd een significant effect gevonden. Echter, de belangrijkste afhankelijke variabele 'aanvaardbaarheid' werd wel verschillend beoordeeld door de mensen die de brief of e-mail hadden gelezen. Daarnaast werd de afwijzingsbrief significant beter beoordeeld door middel van het rapportcijfer. Hypothese 1 wordt dus bevestigd. Dit resultaat staat in contrast met eerder onderzoek naar de waardering voor brief en e-mail (Hill & Monk, 2002). Er dient opgemerkt te worden dat ouderen en jongeren e-mail significant verschillend beoordelen. Jongeren vinden e-mail een prettiger medium dan ouderen. Voor de waardering van brief werd geen significant verschil gevonden. Jongeren en ouderen waarderen een brief hetzelfde. Ondanks dat resultaat bleek dat leeftijd geen goede voorspeller is voor waardering van het medium.

De tweede hypothese over tekststructuur wordt niet bevestigd. Uit de resultaten blijkt dat structuur geen effect heeft op de waardering van afwijzingen per e-mail of brief. Geen enkele afhankelijke variabele werd door de proefpersonen verschillend beoordeeld. Dit staat wederom in contrast met eerder onderzoek. Jansen en Janssen (2003) concludeerden in hun onderzoek naar slechtnieuwsberichten (claimafwijzingen) dat de indirecte structuur op een aantal punten bijdraagt aan een positievere beoordeling van de afzender. Ook Locker (1999) is van mening dat een indirecte tekststructuur beter wordt beoordeeld. Uit onderzoek van Brent (1985), Smith, Nolan en Dai (1996) en Britt en Larson (2003) blijkt dat er het best gekozen kan worden voor een directe benadering bij het brengen slecht nieuws. De resultaten van dit onderzoek sluiten dus niet aan bij de resultaten van eerder onderzoek.

Naast de hoofdeffecten van mediumkeuze en tekststructuur is onderzocht of de twee onafhankelijke variabelen wellicht een interessant interactie-effect vertonen. Uit de resultaten blijkt dat er bij één van de afhankelijke variabelen een significant interactie-effect aanwezig is. De tekstaantrekkelijkheid van een brief of e-mail hangt namelijk af van de conditie waarin zij opereert; een directe of indirecte structuur. De tekst van een e-mail wordt meer gewaardeerd wanneer een schrijver een indirecte structuur hanteert. De tekst van een brief wordt juist meer gewaardeerd wanneer er een directe structuur wordt toegepast. Er is overigens geen

hoofdeffect van mediumkeuze op tekstantrekkelijkheid gevonden. Dat een e-mail met een indirecte tekststructuur meer wordt gewaardeerd komt overeen met het onderzoek van Jansen en Janssen (2011). Jansen en Janssen deden onderzoek naar de structuur van slechtnieuwsberichten via e-mail en voice-mail. Ook zij vonden verschillende effecten van medium en structuur. Uit hun onderzoek blijkt dat slecht nieuws dat via e-mail wordt gecommuniceerd positiever wordt beoordeeld wanneer er een indirecte tekststructuur wordt toegepast. Echter, de structuur bij voice-mails maakt geen verschil voor de waardering van het bericht. Ook dit onderzoek wijst uit dat e-mail baat zou kunnen hebben bij een indirecte tekststructuur. Daarbij moet wel een kanttekening worden geplaatst: een e-mailbericht met een indirecte tekststructuur wordt alleen beter beoordeeld wat betreft de aantrekkelijkheid van de tekst. Uit het onderzoek blijkt dat de structuur op alle andere variabele geen effect heeft.

Verder is er onderzocht of de mediumkeuze van de sollicitant invloed heeft op de waardering van het medium waarmee de afwijzing wordt ontvangen. Verondersteld werd dat dezelfde mediumkeuze bij een afwijzing positiever geëvalueerd zou worden. Hypothese 3 wordt positief bevestigd. Uit de resultaten komt duidelijk naar voren dat berichten die dezelfde mediumkeuze als de ontvanger hebben, positiever worden beoordeeld op bijna alle constructen. Wanneer de zender van slecht nieuws kiest voor hetzelfde medium als dat van de sollicitant, dan wordt hij door de sollicitant gezien als betrouwbaarder en deskundiger. Daarnaast wordt het slechte nieuws sneller aanvaard. Waarschijnlijk waarderen mensen dezelfde mediumkeuze omdat ze het verwachten. Wellicht wordt een overstap naar een ander medium (bijvoorbeeld van e-mail naar brief) als te verrassend gezien.

Concluderend; wanneer men slecht nieuws moet brengen kan dit het beste plaats vinden via het medium waarmee eerder is gecommuniceerd door de ontvanger en zender. Wanneer de zender en ontvanger nog nooit eerder contact hebben gehad, dan kan de zender van het slechte nieuws het beste kiezen voor het medium dat het meest wordt gewaardeerd: brief. Het slechte nieuws wordt sneller aanvaard en mensen waarderen een brief over het algemeen meer dan een e-mail. De structuur van de brief blijkt weinig uit te maken voor de waardering van een slechtnieuwsbericht. Echter, wanneer men toch een e-mail met slecht nieuws stuurt, dan kan men het beste kiezen voor de indirecte structuur. De tekst wordt dan als aantrekkelijker gezien.

7. Discussie

Zoals aangegeven in de resultaten en conclusie heeft de tekststructuur geen invloed op de waardering van het slechtnieuwsbericht. Een opvallend resultaat. In eerder onderzoek werd meestal een verschil in waardering gevonden tussen de directe en indirecte structuur. Waarom wordt er in dit onderzoek dan geen verschil in waardering van deze twee tekststructuren gevonden? Wellicht is dit te wijten aan de manipulatie. In de afwijzingsberichten wordt de lezer eerst bedankt voor de sollicitatie naar de betreffende functie. Vervolgens wordt er een afwijzing (directe structuur) of motivatie (indirecte structuur) gepresenteerd. De directe benadering wordt hierdoor afgezwakt. De proefpersoon wordt immers niet direct in de eerste zin van het bericht geconfronteerd met het slechte nieuws. Bij het samenstellen van het materiaal heb ik hier over nagedacht. Ik heb er toen voor gekozen om toch gebruik te maken van een bedankzin. Uit adviesliteratuur (De Jong, 2002) bleek immers dat dit een normaal gebruik is in sollicitatie afwijzingen. Het was bij nader inzien misschien beter geweest om de bedankzin weg te laten in de afwijzingsberichten.

Een ander discussiepunt is de operationalisatie van de afhankelijke variabele begripelijkheid. Uit het onderzoek blijkt dat het construct begripelijkheid net niet betrouwbaar genoeg is. Helaas

konden er zodoende geen uitspraken gedaan worden over de invloed van mediumkeuze en tekststructuur op de begrijpelijkheid van een slechtnieuwsbericht. Bij nader inzien liepen de vragen inderdaad redelijk uiteen. Bijvoorbeeld deze twee stellingen: 'de tekst is moeilijk' en 'de tekst is onoverzichtelijk'. Moeilijkheidsgraad heeft duidelijk te maken met begrijpelijkheid, onoverzichtelijkheid van de tekst is een wat vagere stelling. Overzichtelijkheid heeft ook te maken met structuur. Dit had anders aangepakt kunnen worden.

Verder kan er nog een kanttekening worden geplaatst bij de verdeling van de proefpersonen over de verschillende condities. Lager opgeleiden zijn in het onderzoek sterk ondervertegenwoordigd. Er namen slechts dertien lager opgeleiden deel aan het onderzoek. In sommige condities komen daarentegen meer lager opgeleiden voor dan in anderen. Wellicht geeft dit een vertekend beeld van de resultaten. Ook de leeftijd van de proefpersonen loopt erg uiteen. Aan dit onderzoek namen vooral jongeren (18 tot 25) en ouderen (50-65) deel. Dit is het gevolg van de afnamelocatie. De Openbare Bibliotheek in Tilburg trekt op doordeweekse dagen blijkbaar geen fulltime werkende dertigers en veertigers. Voor vervolgonderzoek is het belangrijk om ook deze leeftijdscategorie te bereiken. Zeker aangezien zij juist veel te maken hebben met solliciteren.

Dat de proefpersonen niet daadwerkelijk werden afgewezen is een beperking van het onderzoek. Het is de vraag in hoeverre de proefpersonen zich konden inleven in het gegeven scenario. De een zal dat beter doen dan de ander. De reactie in het echte leven zou wellicht kunnen verschillen van de resultaten die in dit onderzoek zijn gevonden. Helaas is het erg lastig om proefpersonen te vinden die daadwerkelijk worden afgewezen.

Na het afnemen van de vragenlijst heb ik de proefpersonen verteld over het doel van het onderzoek. Soms eindigde dit in een lang gesprek over solliciteren en afwijzen. Wat mij over het algemeen opviel is dat proefpersonen die veel te maken hebben met solliciteren en afwijzen, de brieven in dit onderzoek erg waarderen. Van meerdere proefpersonen heb ik gehoord dat afwijzingen doorgaans per e-mail worden verstuurd. De e-mails werden door hen als erg kortaf beschouwd, er werd vaak geen reden gegeven voor de afwijzing. Na het lezen van de afwijzingsbericht in dit onderzoek waren de proefpersonen dan ook erg verrast. Ze vonden het een goede brief of e-mail. Het bericht bevatte een motivatie waarom de sollicitant werd afgewezen. Schijnbaar komt het dus vaak voor sollicitanten worden 'afgewimpeld' met een kort e-mailbericht. Voor verder onderzoek is dit erg interessant. Ik wil dan ook aanbevelen om in vervolgonderzoek te kijken naar afwijzingsberichten die daadwerkelijk worden verstuurd. De adviesliteratuur kan allerlei tips en tricks geven voor de ultieme afwijzing, maar wordt dit wel gehanteerd? Bestaat er überhaupt nog wel een afwijzingsbrief? Of worden er alleen nog maar afwijzingen per e-mail verstuurd? Een verkennend kwalitatief onderzoek lijkt mij erg interessant.

8. Literatuur

Barron & Yechiam, (2002). Private e-mail request and the diffusion of responsibility. In: *Computers in human behavior*, 18, 507-520.

Beex, N., Doeve, R. & Tiggeler, E. (2001). *De magische media mix: e-mail brieven faxen*. Den Haag: Sdu.

Brent, D. (1985). Indirect structure and reader response. *The Journal of Business Communication*, 22, 5-8.

- Britt, M. & Larson, A. (2003). Constructing representations of arguments. *Journal of Memory and Language*.
- Daft, R. & Lengel, R.H. (1986). Organizational information requirements, media richness and structural design. *Management Science*, 32, 554-571.
- Hill, K. & Monk, F. (2000). Electronic mail versus printed text: the effects on recipients. *Interacting with Computers*, 13, 253-263.
- Houtkoop, H. & Koole, T. (2000). *Taal in actie: hoe mensen communiceren met taal*. Bussum: Coutinho.
- Kishi, M. (2009). Perceptions and use of electronic media: testing the relationship between organizational interpretation differences and media richness. *Information and Management*, 45, 281-287.
- Jablin, F.M. & Krone, K. (1984). Characteristics of rejection letters and their effects on job applicants. *Written Communication*, 1, 4, 387-406.
- Jansen, F. (2010). *Hoe breng je slecht nieuws? Keuze in structuur, stijl en kanaal*. UCK nazomer congres.
- Jansen, F. & Janssen, D. (2003). De waardering van positieve beleefdheidsstrategieën in Nederlandse afwijzingsbrieven. In: Waes, van L. *Studies in taalbeheersing 1*. Assen: Koninklijke Van Gorcum.
- Jansen, F. & Janssen, D. (2011). Effects of structural directness in bad-news e-mails and voice-mails.
- Jong, J. de, (2002). *Zakelijk corresponderen: handboek voor de professionele brievenschrijver*. Groningen: Wolters-Noordhoff.
- Lister, M. et. al. (2003). *New Media: A Critical Introduction*. London: Routledge.
- Locker, K. (1999). Factors in reader responses to negative letter: experimental evidence for changing what we teach. *Journal of Business and Technical Communication*, 13, 5-48.
- Panteli, N. (2002). Richness, power cues and e-mail text. *Information and Management*, 40, 75-86.
- Smith, G., Nolan, R. & Dai, Y. (1996). Job-refusal letters: Readers' affective responses to direct and indirect organizational plans. *Business Communication Quarterly*, 59, 67-73.
- Toebes, K. (2007). *Afwijzen per brief of e-mail? Een experimenteel onderzoek naar de waardering van brief en e-mail bij sollicitatieafwijzingen met verschillende zwaartes*. Bachelorscriptie Communicatie- en Informatiewetenschappen. Utrecht: Universiteit Utrecht.

TNT (2010). *TNT Jaarverslag 2009*.

http://group.tntn.com/images/jaaroverzicht_2009_tcm177-493531.pdf

Watts Sussman, S. & Sproull, L. (1999). Straight talk: delivering bad news through electronic communication. *Information Systems Research*, 10, 150-166.

Bijlagen

Bijlage A: Operationalisering afhankelijke variabelen

Construct	Vraag	Nummer
<u>Zenderimago</u>		
Zenderbetrouwbaarheid	De schrijver is betrouwbaar	4
	De schrijver is oprecht	15
	De schrijver is niet neutraal	19
	De schrijver is eerlijk	23
Zenderdeskundigheid	De schrijver is deskundig	2
	De schrijver is capabel	6
	De schrijver is competent	13
Zenderaantrekkelijkheid	De schrijver is aardig	8
	De schrijver is sympathiek	11
	De schrijver is onvriendelijk	17
<u>Tekst</u>		
Tekstaantrekkelijkheid	De tekst is eentonig	3
	De tekst is interessant	5
	De tekst is persoonlijk	10
	De tekst is afstandelijk	14
	De tekst is saai	18
Begrijpelijkheid	De tekst is duidelijk	7
	De tekst is onoverzichtelijk	12
	De tekst is bondig	16
	De tekst is logisch	20
	De tekst is moeilijk	22
Structuur	Het bericht heeft een logische volgorde	24
	De schrijver springt van de hak op de tak	26
<u>Overig</u>		
Aanvaardbaarheid	De beslissing is aannemelijk	9
	De beslissing is geloofwaardig	21
	De beslissing is te aanvaarden	25
Overall waardering	Ik geef dit bericht het rapportcijfer 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1

Bijlage B: Scenario's

Brief

Geachte heer/mevrouw,

Ik wil u vragen zich in te leven in de volgende situatie.

U bent mevrouw van den Broek en u bent al een hele tijd op zoek naar een baan. Naar aanleiding van een vacature bij de grote verzekeringsmaatschappij 'Mens&Verzekering' schrijft u een sollicitatiebrief. Het gaat om een functie als commercieel medewerker. Deze baan is u op het lijf geschreven. U hebt zelfs een tijd geleden nog de cursus 'MBO Commercieel Medewerker' bij het LOI gevolgd. Met veel vertrouwen doet u de sollicitatiebrief in de brievenbus. Niet veel later ontvangt u een reactie van de verzekeringsmaatschappij.

U krijgt nu het bericht van de verzekeringsmaatschappij voorgelegd. Zou u dit willen lezen en vervolgens de vragenlijst willen invullen? Houd hierbij het gegeven scenario in gedachte.

Hartelijk dank.

E-mail

Geachte heer/mevrouw,

Ik wil u vragen zich in te leven in de volgende situatie.

U bent mevrouw van den Broek en u bent al een hele tijd op zoek naar een baan. Naar aanleiding van een vacature bij de grote verzekeringsmaatschappij 'Mens&Verzekering' schrijft u een sollicitatiebrief. Het gaat om een functie als commercieel medewerker. Deze baan is u op het lijf geschreven. U hebt zelfs een tijd geleden nog de cursus 'MBO Commercieel Medewerker' bij het LOI gevolgd. Met veel vertrouwen stuurt u de sollicitatiebrief als bijlage per e-mail naar het bedrijf. Niet veel later ontvangt u een reactie van de verzekeringsmaatschappij.

U krijgt nu het bericht van de verzekeringsmaatschappij voorgelegd. Zou u dit willen lezen en vervolgens de vragenlijst willen invullen? Houd hierbij het gegeven scenario in gedachte.

Hartelijk dank.

Bijlage C: Afwijzingsberichten

Brief – indirecte structuur



Mens & Verzekering
Heuvelstraat 100
1079 NN Amsterdam
Postbus 40
1070 AP Amsterdam
T: 020-1081978
F: 020-1081979
@: info@mensenverzekering.nl
www.mensenverzekering.nl

M. van den Broek
Nieuwstraat 30
3570 SP Utrecht

Utrecht, 30 November 2010

Betreft: sollicitatie commercieel medewerker

Geachte mevrouw van den Broek,

Hartelijk dank voor uw sollicitatie naar de functie van commercieel medewerker. Wij hebben de brief zorgvuldig gelezen en reageren als volgt.

Zoals u zich misschien kunt voorstellen, bestaat er grote belangstelling voor de functie. Daarom hebben wij alleen de sollicitanten voor een volgend gesprek uitgenodigd die geheel voldeden aan de functie-eisen.

Eén van de eisen die wij voor deze functie moeten stellen, is de beheersing van twee vreemde talen. Uit uw curriculum vitae maken wij op dat u één vreemde taal beheerst.

Een ander criterium is dat u een relevante commerciële opleiding hebt gevolgd op minimaal HBO niveau. Uit uw curriculum vitae blijkt niet dat u een dergelijke opleiding hebt gevolgd. U voldoet dus niet aan de eisen.

Tot onze spijt moeten wij dan ook mededelen dat u helaas niet tot de kandidaten voor de functie van commercieel medewerker behoort.

Wij stellen de belangstelling die u voor ons bedrijf heeft getoond zeer op prijs en wensen u succes bij verdere sollicitaties.

Met vriendelijke groet,

Bart Jansen
Hoofd Personeel en Organisatie

Brief – direct structuur



Mens & Verzekering
Heuvelstraat 100
1079 NN Amsterdam
Postbus 40
1070 AP Amsterdam
T: 020-
1081978
F: 020-1081979
@: info@mensenverzekering
www.mensenverzekering.nl

M. van den Broek
Nieuwstraat 30
3570 SP Utrecht

Utrecht, 30 november 2010

Betreft: sollicitatie commercieel medewerker

Geachte mevrouw van den Broek,

Hartelijk dank voor uw sollicitatie naar de functie van commercieel medewerker. Wij hebben de brief zorgvuldig gelezen en reageren als volgt.

Tot onze spijt moeten wij mededelen dat u helaas niet tot de kandidaten voor de functie van commercieel medewerker behoort.

Zoals u zich misschien kunt voorstellen, bestaat er grote belangstelling voor deze functie. Daarom hebben wij alleen de sollicitanten voor een volgend gesprek uitgenodigd die geheel voldeden aan de functie-eisen.

Eén van de eisen die wij voor deze functie moeten stellen, is de beheersing van twee vreemde talen. Uit uw curriculum vitae maken wij op dat u één vreemde taal beheerst.

Een ander criterium is dat u een relevante commerciële opleiding hebt gevolgd op minimaal HBO niveau. Uit uw curriculum vitae blijkt niet dat u een dergelijke opleiding hebt gevolgd. U voldoet dus niet aan de eisen.

Wij stellen de belangstelling die u voor ons bedrijf heeft getoond zeer op prijs en wensen u veel succes bij verdere sollicitaties.

Met vriendelijke groet,

Bart Jansen
Hoofd Personeel en Organisatie

E-mail – indirect

Hotmail - mevrvandenbroek@hotmail.com - Windows Live - Windows Internet Explorer

http://sn142w.sn142.mail.live.com/default.aspx?wa=wsignin1.0

File Edit View Favorites Tools Help

Hotmail - mevrvandenbroek@hotmail.com - Windows ...

Windows Live™ Hotmail (0) Messenger Office Foto's | MSN Mevrouw van den Broek
Profiel | Afmelden

Hotmail

Postvak IN

Mappen
Ongewenst
Concepten
Verzonden
Verwijderd
Nieuwe map

Snelle weergaven
Gemarkeerd met vlag
Foto's
Office-documenten

Messenger
Aanmelden bij Messenger

Start
Contactpersonen
Agenda

Hotmail-tip:
Voeg je online updates toe

Nieuw | Beantwoorden | Allen beantwoorden | Doorsturen | Verwijderen | Ongewenst | Opruimen • Markeren als • Verplaatsen naar • Opties •

Vind snel foto's Bekijk foto's in de snelle weergave om alle foto's te zien die je ooit hebt ontvangen. (Je vindt deze 'snelle weergave' onder de mappen.)

sollicitatie naar functie commercieel medewerker [Terug naar Berichten](#)

Mens en Verzekering [Toevoegen aan contactpersonen](#)
Aan mevrvandenbroek@hotmail.com 7-1-2011 [Beantwoorden](#)

Geachte mevrouw van den Broek,

Hartelijk dank voor uw sollicitatie naar de functie van commercieel medewerker. Wij hebben de brief zorgvuldig gelezen en reageren als volgt.

Zoals u zich misschien kunt voorstellen, bestaat er grote belangstelling voor de functie. Daarom hebben wij alleen de sollicitanten voor een volgend gesprek uitgenodigd die geheel voldeden aan de functie-eisen.

Eén van de eisen die wij voor deze functie moeten stellen, is de beheersing van twee vreemde talen. Uit uw curriculum vitae maken wij op dat u één vreemde taal beheerst.

Een ander criterium is dat u een relevante commerciële opleiding hebt gevolgd op minimaal HBO niveau. Uit uw curriculum vitae blijkt niet dat u een dergelijke opleiding hebt gevolgd. U voldoet dus niet aan de eisen.

Tot onze spijt moeten wij dan ook mededelen dat u helaas niet tot de kandidaten voor de functie van commercieel medewerker behoort.

Wij stellen de belangstelling die u voor ons bedrijf heeft getoond zeer op prijs en wensen u succes bij verdere sollicitaties.

Met vriendelijke groet,

Bart Jansen
Hoofd Personeel en Organisatie – Mens en Verzekering

Heuvelstraat 100
1079 NN Amsterdam
T: 010-1081978
F: 010-1081979

Nieuw | Beantwoorden | Allen beantwoorden | Doorsturen | Verwijderen | Ongewenst | Opruimen • Markeren als • Verplaatsen naar • Opties •

bonprix
CHIQUE SPORTIEF
WINTERTREND
GOED INGEPAKT
STIJLVOL

NAAR DE SHOP ▶

Advertentie sluiten

© 2011 Microsoft Gebruiksrechtsovereenkomst Privacyverklaring Informatie over reclame Adverteren Help Feedback Nederlands

Done

Start eindverlstuk bibliotheek... Hotmail - mevrvande...

E-mail – direct

The screenshot shows a Windows Live Hotmail interface in a Windows Internet Explorer browser. The address bar shows the URL: <http://sn142w.snk142.mail.live.com/default.aspx?wa=wsignin1.0>. The page title is "Hotmail - mevrvandenbroek@hotmail.com - Windows Live - Windows Internet Explorer".

The interface includes a navigation bar with "Hotmail (0)", "Messenger", "Office", "Foto's", and "MSN". The user's name, "Mevrouw van den Broek", is displayed in the top right corner.

The main content area shows an email titled "sollicitatie naar functie commercieel medewerker" (job application for commercial employee) from "Mens en Verzekering" to "mevrvandenbroek@hotmail.com", dated "7-1-2011". The email body contains the following text:

Geachte mevrouw van den Broek,

Hartelijk dank voor uw sollicitatie naar de functie van commercieel medewerker. Wij hebben de brief zorgvuldig gelezen en reageren als volgt.

Tot onze spijt moeten wij mededelen dat u helaas niet tot de kandidaten voor de functie van commercieel medewerker behoort.

Zoals u zich misschien kunt voorstellen, bestaat er grote belangstelling voor deze functie. Daarom hebben wij alleen de sollicitanten voor een volgend gesprek uitgenodigd die geheel voldeden aan de functie-eisen.

Eén van de eisen die wij voor deze functie moeten stellen, is de beheersing van twee vreemde talen. Uit uw curriculum vitae maken wij op dat u één vreemde taal beheerst.

Een ander criterium is dat u een relevante commerciële opleiding hebt gevolgd op minimaal HBO niveau. Uit uw curriculum vitae blijkt niet dat u een dergelijke opleiding hebt gevolgd. U voldoet dus niet aan de eisen.

Wij stellen de belangstelling die u voor ons bedrijf heeft getoond zeer op prijs en wensen u veel succes bij verdere sollicitaties.

Met vriendelijke groet,

Bart Jansen
Hoofd Personeel en Organisatie – Mens en Verzekering

*Heuvelstraat 100
1079 NN Amsterdam
T: 010-1081978
F: 010-1091979*

The interface also features a sidebar with navigation options like "Mappen", "Snelles weergaven", and "Messenger". A "zando" advertisement for shoes is visible on the right side of the email content.

Bijlage D: Vragenlijst

Universiteit Utrecht



Geachte heer/mevrouw,

De Universiteit Utrecht is bezig met een groot onderzoek naar zakelijke correspondentie. Uw hulp is daarbij van groot belang!

Allereerst wil ik u vragen om een korte tekst te lezen. Vervolgens vraag ik u de tekst te beoordelen aan de hand van een aantal stellingen. Hieronder is een voorbeeld opgenomen.

1. De tekst is duidelijk	Helemaal mee oneens 0 0 0 0 0 0 Helemaal mee eens
--------------------------	---

Aan de hand van de zevenpuntsschaal kunt u aangeven wat u van de stellingen vindt. Helemaal rechts kunt u aangeven dat u het absoluut eens bent met de stelling. Hoe meer u naar links beweegt, hoe meer u het oneens bent met de stelling.

Ik ben bovenal geïnteresseerd in uw *persoonlijke* oordeel. Er zijn dus geen goede of foute antwoorden. Denk bij het invullen niet te lang na, het gaat om uw eerste indruk.

Het invullen van deze vragenlijst kost ongeveer 5 à 10 minuten.

Uiteraard worden uw gegevens vertrouwelijk behandeld.

Alvast hartelijk dank voor uw medewerking!

Met vriendelijke groet,

Madelief van Esch

Vragenlijst

Beoordeel de onderstaande stellingen. Ik wil u vragen om hierbij niet terug te kijken in het bericht. Denk niet te lang over ieder antwoord, het gaat om uw eerste indruk. U kunt in een redelijk snel tempo antwoorden. Bedankt dat uw antwoord nooit 'fout' kan zijn.

1. Ik geef dit bericht het rapportcijfer	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
2. De schrijver is deskundig	Helemaal mee oneens 0 0 0 0 0 0 0 Helemaal mee eens
3. De tekst is eentonig	Helemaal mee oneens 0 0 0 0 0 0 0 Helemaal mee eens
4. De schrijver is betrouwbaar	Helemaal mee oneens 0 0 0 0 0 0 0 Helemaal mee eens
5. De tekst is interessant	Helemaal mee oneens 0 0 0 0 0 0 0 Helemaal mee eens
6. De schrijver is capabel	Helemaal mee oneens 0 0 0 0 0 0 0 Helemaal mee eens
7. De tekst is duidelijk	Helemaal mee oneens 0 0 0 0 0 0 0 Helemaal mee eens
8. De schrijver is aardig	Helemaal mee oneens 0 0 0 0 0 0 0 Helemaal mee eens
9. De beslissing is aannemelijk	Helemaal mee oneens 0 0 0 0 0 0 0 Helemaal mee eens
10. De tekst is persoonlijk	Helemaal mee oneens 0 0 0 0 0 0 0 Helemaal mee eens
11. De schrijver is sympathiek	Helemaal mee oneens 0 0 0 0 0 0 0 Helemaal mee eens
12. De tekst is onoverzichtelijk	Helemaal mee oneens 0 0 0 0 0 0 0 Helemaal mee eens
13. De schrijver is competent	Helemaal mee oneens 0 0 0 0 0 0 0 Helemaal mee eens
14. De tekst is afstandelijk	Helemaal mee oneens 0 0 0 0 0 0 0 Helemaal mee eens
15. De schrijver is oprecht	Helemaal mee oneens 0 0 0 0 0 0 0 Helemaal mee eens
16. De tekst is bondig	Helemaal mee oneens 0 0 0 0 0 0 0 Helemaal mee eens
17. De schrijver is onvriendelijk	Helemaal mee oneens 0 0 0 0 0 0 0 Helemaal mee eens
18. De tekst is saai	Helemaal mee oneens 0 0 0 0 0 0 0 Helemaal mee eens
19. De schrijver is niet neutraal	Helemaal mee oneens 0 0 0 0 0 0 0 Helemaal mee eens
20. De tekst is logisch	Helemaal mee oneens 0 0 0 0 0 0 0 Helemaal mee eens

21. De beslissing is geloofwaardig	Helemaal mee oneens 0 0 0 0 0 0 0 Helemaal mee eens
22. De tekst is moeilijk	Helemaal mee oneens 0 0 0 0 0 0 0 Helemaal mee eens

23. De schrijver is eerlijk	Helemaal mee oneens 0 0 0 0 0 0 0 Helemaal mee eens
24. Het bericht heeft een logische volgorde	Helemaal mee oneens 0 0 0 0 0 0 0 Helemaal mee eens
25. De beslissing is te aanvaarden	Helemaal mee oneens 0 0 0 0 0 0 0 Helemaal mee eens
26. De schrijver springt van de hak op de tak	Helemaal mee oneens 0 0 0 0 0 0 0 Helemaal mee eens
27. Ik vind e-mail een prettig medium	Helemaal mee oneens 0 0 0 0 0 0 0 Helemaal mee eens
28. Ik vind brief een prettig medium	Helemaal mee oneens 0 0 0 0 0 0 0 Helemaal mee eens
29. Het bericht bevat slecht nieuws	Helemaal mee oneens 0 0 0 0 0 0 0 Helemaal mee eens

Algemene gegevens

Ten slotte wil ik u vragen nog enkele algemene vragen in te vullen.

1. Ik ben een	0 Man 0 Vrouw								
2. Ik ben geboren in	19....								
3. Mijn hoogst genoten opleiding is	<table border="0"> <tr> <td>0 Lager onderwijs</td> <td>0 MBO</td> </tr> <tr> <td>0 VMBO</td> <td>0 HBO</td> </tr> <tr> <td>0 HAVO</td> <td>0 WO</td> </tr> <tr> <td>0 VWO</td> <td>0 Anders, namelijk...</td> </tr> </table>	0 Lager onderwijs	0 MBO	0 VMBO	0 HBO	0 HAVO	0 WO	0 VWO	0 Anders, namelijk...
0 Lager onderwijs	0 MBO								
0 VMBO	0 HBO								
0 HAVO	0 WO								
0 VWO	0 Anders, namelijk...								
4. Verstuurt u veel brieven?	Geen 0 0 0 0 0 0 0 Zeer veel								
5. Ontvangt u veel brieven?	Geen 0 0 0 0 0 0 0 Zeer veel								
6. Verstuurt u veel e-mails?	Geen 0 0 0 0 0 0 0 Zeer veel								
7. Ontvangt u veel e-mails?	Geen 0 0 0 0 0 0 0 Zeer veel								
8. Hoelang maakt u al gebruik van e-mail? jaar								
9. Heeft u ervaring met solliciteren?	Geen 0 0 0 0 0 0 0 Zeer veel								