

# Het vermogen van de spelfout

Een experimenteel onderzoek naar de invloed van  
spelfouten in sollicitatiebrieven en sponsorbrieven  
op de tekstwaardering, overtuigingskracht en het  
imago van de zender

Marije van Wijngaarden, 3457664  
Universiteit Utrecht  
Faculteit der Letteren  
Masterscriptie Communicatiestudies  
Begeleider: Dr. F. Jansen  
Tweede beoordelaar: Dr. D.M.L. Janssen  
Mei 2011

## Voorwoord

Een spelfout doet bijna pijn aan je ogen, maar dat is mijn mening. Ik val erg over fouten in de spreektaal en spelfouten van andere mensen en ik spreek hen er vaak op aan. Dat verbeteren heb ik van mijn moeder overgenomen. De uitspraken 'groter als mij' en 'hun hebben' waren thuis als vloeken in de kerk en het Groot Dictee der Nederlandse Taal is al jaren vaste prik. Dat veel mensen d/t-fouten maken vind ik begrijpelijk, maar wel jammer. Als ze mij zo opvallen, hoe kunnen spelfouten in sommige onderzoeken dan geen invloed hebben of door de lezer niet eens opgemerkt worden? Ik kon mijn frustratie kwijt in dit onderzoek voor de master Communicatiestudies door nogmaals te proberen het effect van spelfouten aan te tonen. De focus ligt hierbij op spelfouten in sollicitatiebrieven en sponsorbrieven.

Ik wil graag mijn scriptiebegeleider Frank Jansen bedanken voor al zijn ideeën en hulp bij het opzetten, uitvoeren en rapporteren van mijn onderzoek. Ook bedank ik mijn tweede beoordelaar Daniël Janssen voor zijn feedback en beoordeling van deze scriptie. Daarnaast wil ik alle 160 proefpersonen bij bedrijven in Woerden, Linschoten, Montfoort, Harmelen en Utrecht bedanken voor hun medewerking. Als laatste bedank ik mijn ouders, broertje en vrienden voor hun steun op de achtergrond.

Marije van Wijngaarden

## Samenvatting

In dit onderzoek wordt bekeken wat de invloed is van spelfouten in sollicitatiebrieven en sponsorbrieven op de tekstwaardering, overtuigingskracht en het imago van de zender. Uit eerdere wetenschappelijke onderzoeken en scripties weten we dat lezers van sollicitatiebrieven letten op spelfouten. Lezers van andere soorten brieven letten niet of minder op spelfouten. Vanwege een verschil in materiaal en vragenlijsten zijn de resultaten van eerdere onderzoeken echter niet goed te vergelijken. Daarom werden in dit onderzoek twee zoveel mogelijk op elkaar lijkende brieven met zes spelfouten en zonder spelfouten opgesteld. In hoeverre is er een verschil in beoordeling tussen sollicitatie- en sponsorbrieven met spelfouten?

Het type spelfout dat in dit onderzoek centraal staat is een ten onrechte weggelaten -t bij de stam van een werkwoord in de derde persoon enkelvoud ('hij vind'). Er is een sollicitatiebrief en een sponsorbrief van vijf alinea's lang geschreven met fictieve bedrijfsnamen en personages. Van elke brief werden vier versies gemaakt: een foutloze versie van schrijver Anna de Jong, een foutloze versie van schrijver Peter van der Berg, een versie met zes spelfouten van schrijver Anna de Jong en een versie met zes spelfouten van schrijver Peter van der Berg. Proefpersonen schreven na het lezen van één van de brieven ieder maximaal vijf gedachten op die ze hadden tijdens of direct na het lezen van de brief. Daarna beantwoordden zij vragen over de afhankelijke variabelen. Er deden 160 werknemers van organisaties in allerlei bedrijfstakken aan dit onderzoek mee. Van alle proefpersonen was 45 procent man en 55 procent vrouw. De gemiddelde leeftijd van alle proefpersonen was 43 jaar.

Uit dit onderzoek blijkt dat spelfouten een negatieve invloed hebben op de tekstwaardering, overtuigingskracht en het imago van de zender. Deze invloed is bij splitsing van de proefpersonen op kennis van spelling het sterkst voor de groep met kennis van spelling. Proefpersonen waarderen een tekst met spelfouten minder positief dan een foutloze tekst. Zij vinden een brief met spelfouten ook minder overtuigend dan een foutloze brief. De meerderheid van de proefpersonen heeft bij brieven met en zonder spelfouten geen gedachten over de schrijver of deze in ieder geval niet opgeschreven. Wordt de schrijver wel genoemd, dan is dit vooral door lezers van een brief met spelfouten. Kenners van spelling vinden de schrijver van een brief met spelfouten minder deskundig, minder betrouwbaar en minder aantrekkelijk dan de schrijver van een foutloze brief. Het oordeel van de niet-kenners staat hier haaks op. Zij beoordelen het imago van de schrijver van een brief met spelfouten juist positiever dan het imago van de schrijver van een foutloze brief. Alle proefpersonen vinden de sollicitatiebrief begrijpelijker dan de sponsorbrief. Het negatieve effect van spelfouten geldt voor kenners vooral voor de sponsorbrief en juist minder voor de sollicitatiebrief. Dit gaat tegen de algemene norm in dat spelfouten in sollicitatiebrieven echt niet kunnen en dat de schrijver er zeer op afgestraft wordt.

# Inhoudsopgave

<b>Inleiding</b> .....	<b>6</b>
<b>1. Theoretisch kader</b> .....	<b>8</b>
1.1 Spelfouten en overtuigingskracht .....	8
1.2 Eerder onderzoek naar effect van spelfouten .....	9
1.3 Spelfouten in sollicitatiebrieven en sponsorbrieven.....	11
1.4 Onderzoeksvragen en hypotheses .....	13
<b>2. Methode</b> .....	<b>14</b>
2.1 Onderzoeksopzet.....	14
2.2 Materiaal .....	14
2.3 Manipulatie .....	15
2.4 Instrumentatie.....	16
2.5 Proefpersonen .....	17
2.6 Procedure .....	17
2.7 Verwerking gegevens .....	18
2.7.1 Verdeling proefpersonen .....	18
2.7.2 Splitsing steekproef.....	18
2.7.3 Manipulatiecheck .....	20
2.7.4 Betrouwbaarheid.....	21
2.7.5 Statistische analyses.....	22
<b>3. Resultaten</b> .....	<b>23</b>
3.1 De beoordeling van brieven met en zonder spelfouten .....	23
3.1.1 Rapportcijfer .....	23
3.1.2 Tekstwaardering.....	23
3.1.3 Imago van de zender.....	25
3.1.4 Pretentie van de schrijver.....	26
3.1.5 Attitude.....	27
3.1.6 Intentie.....	27
3.2 De beoordeling van sollicitatiebrieven en sponsorbrieven.....	29
3.2.1 Rapportcijfer .....	29
3.2.2 Tekstwaardering.....	29
3.2.3 Imago van de zender.....	30
3.2.4 Pretentie van de schrijver.....	31
3.2.5 Attitude.....	32
3.2.6 Intentie.....	32
3.3 De beoordeling van spelfouten in sollicitatiebrieven en sponsorbrieven.....	33
3.3.1 Rapportcijfer .....	33
3.3.2 Tekstwaardering.....	34
3.3.3 Imago van de zender .....	35
3.3.4 Pretentie van de schrijver.....	37
3.3.5 Attitude.....	37
3.3.6 Intentie.....	37
3.4 Thought listing.....	38
<b>4. Conclusie</b> .....	<b>39</b>
<b>5. Discussie</b> .....	<b>42</b>
<b>Literatuurlijst</b> .....	<b>45</b>
<b>Bijlagen</b> .....	<b>47</b>
Bijlage A: Sollicitatiebrief Anna de Jong zonder spelfouten.....	47
Bijlage B: Sollicitatiebrief Anna de Jong met spelfouten .....	48
Bijlage C: Sollicitatiebrief Peter van der Berg zonder spelfouten.....	49

Bijlage D: Sollicitatiebrief Peter van der Berg met spelfouten.....	50
Bijlage E: Sponsorbrief Anna de Jong zonder spelfouten.....	51
Bijlage F: Sponsorbrief Anna de Jong met spelfouten.....	52
Bijlage G: Sponsorbrief Peter van der Berg zonder spelfouten.....	53
Bijlage H: Sponsorbrief Peter van der Berg met spelfouten.....	54
Bijlage I: Vragenlijst sollicitatiebrief.....	55
Bijlage J: Vragenlijst sponsorbrief.....	57
Bijlage K: Thought listing-formulier.....	59
Bijlage L: Instructie bij de sollicitatiebrief.....	60
Bijlage M: Instructie bij de sponsorbrief.....	61
Bijlage N: Tabellen met gemiddelde oordelen van de totale steekproef (zonder splitsing op niet-kenners/kenners).....	62

## Inleiding

'De d/t-regel is niet ingewikkeld, jij bent gewoon dom', 'Haadt aan korrekte spelling' en 'Ik word onnozel van al die Facebookgroepen met spelfouten in hun titel'. Zomaar een greep uit enkele groepspagina's op sociale netwerksites. Correcte spelling is een lastig punt en zal dat waarschijnlijk altijd blijven. De Nederlandse Taalunie vroeg vorig jaar ruim duizend Nederlanders, Vlamingen en Surinamers naar hun houding tegenover het Nederlands. Daarvan vindt negentig procent het Nederlands een mooie taal (T'Sas, Fernhout, Permentier, De Jonge & Vermeulen, 2010, taaluniversum.org). Een mooie taal, maar misschien voor sommigen wel ingewikkeld? Er worden in alle lagen van de samenleving vaak genoeg d/t-fouten gemaakt en ze zijn een bron van maatschappelijke discussie. Volgens communicatiekundige Frank Jansen van Universiteit Utrecht staan spelfouten het begrip van een tekst niet in de weg (6 december 2010, fragment Radio 538). "Je begrijpt me toch?" is een standaard argument waarmee niet-kenners van spelling hun fouten goedpraten. En mensen die spelfouten wel herkennen kunnen ze immers ook zonder moeite verbeteren dus wat is het probleem?

Toch is er een bekende uitzondering van een genre waarin spelfouten de schrijver wel degelijk aangerekend worden: de sollicitatiebrief. Op carrièresites wordt aanstormend talent gewaarschuwd voor spelfouten in sollicitatiebrieven. De schrijver zou er gruwelijk op afgestraft worden. Doordat veel motivatiebrieven tegenwoordig even snel via een online sollicitatieformulier worden verstuurd, sluipen er meer type- en spelfouten in. Sollicitatiebrieven zijn zo'n apart genre omdat ze niet alleen gelezen worden om te weten te komen waarom de persoon solliciteert, maar ook om uit de brief op te maken wat de kwaliteiten van de sollicitant zijn (Jansen, 2010). Een sollicitatiebrief is een visitekaartje waarmee de schrijver moet opvallen tussen al die ingezonden brieven. Het is goed voor te stellen dat uit een stapel sollicitatiebrieven een eerste selectie op taal gemaakt wordt. Spelfouten komen slordig over en maken de schrijver geen populaire kandidaat. De fouten zijn als het ware een afspiegeling van communicatieve onkunde.

Uit een onderzoek van uitzendbureau Accountemps onder ruim drieduizend financieel, human resources- en algemeen managers blijkt dat Nederlandse managers sollicitanten nog steeds op type- en spelfouten beoordelen. Ruim de helft van de respondenten wijst een kandidaat af als er drie tot vijf spelfouten in de sollicitatiebrief staan (Van der Eyk & Van Hooren, 8 september 2010, accountemps.nl). Zo'n veertien procent vindt één type- of spelfout al te veel. De helft van de ondervraagde managers besteedt maar vijf tot tien minuten aan het lezen van een sollicitatiebrief. De eerste indruk moet dus positief zijn. Toch denken schrijvers wellicht iets te simpel over de impact van een goede of slechte brief. Uit een onderzoek van vacaturesite JobTrack.nl onder 1186 respondenten blijkt dat bijna 62 procent van de ondervraagden maar maximaal een half uur de tijd neemt voor het schrijven van een sollicitatiebrief (Van Loon, 22 februari 2011, nu.nl).

Uit eerdere wetenschappelijke onderzoeken en scripties weten we dat lezers van sollicitatiebrieven inderdaad letten op spelfouten. Mensen die brieven met een andere insteek lezen, zoals directmailbrieven, letten minder op deze fouten. Er is alleen geen goede vergelijking mogelijk tussen deze onderzoeken, omdat ze verschillen in aangeboden teksten en vragenlijsten. Daarom worden in dit onderzoek twee bijna identieke, of in ieder geval zoveel mogelijk op elkaar lijkende, brieven met en zonder zes spelfouten opgesteld. De één is een sollicitatiebrief en de ander een sponsorbrief. Deze brieven zijn van eenzelfde persuasief karakter; de schrijver heeft als doel de lezer te overtuigen van zijn geschiktheid als kandidaat of als investering. De focus ligt in dit onderzoek in beide brieven op het verzoek om een kennismakingsgesprek. De spelfout waar het in dit geval om gaat is een ten onrechte weggelaten -t bij de stam van een werkwoord in de derde persoon enkelvoud ('hij vind'). In hoeverre hebben de spelfouten invloed op de tekstwaardering, overtuigingskracht en het imago van de zender? Zijn spelfouten

in sollicitatiebrieven echt erger of worden beide soorten brieven even zwaar of licht op de spelfouten beoordeeld?

In het volgende hoofdstuk bespreek ik theorieën over de mogelijke effecten van spelfouten en komen eerdere onderzoeken hiernaar aan de orde. Het hoofdstuk eindigt met de onderzoeksvragen en hypotheses die in het huidige onderzoek centraal staan. In hoofdstuk twee volgt de onderzoeksmethode en in hoofdstuk drie worden alle resultaten besproken. Hoofdstuk vier bevat de conclusie van dit onderzoek en het rapport eindigt met een discussie in hoofdstuk vijf.

# 1. Theoretisch kader

In dit hoofdstuk worden theorieën besproken die te maken hebben met de mogelijke effecten van spelfouten op de tekstwaardering, overtuigingskracht en het imago van de zender. Daarnaast komen er eerdere onderzoeken naar de invloed van spelfouten in verschillende soorten teksten aan bod. Dit hoofdstuk eindigt met de onderzoeksvragen en hypothesen van het huidige experiment.

## 1.1 Spelfouten en overtuigingskracht

Over de mogelijke invloed van spelfouten is al door verschillende wetenschappers nagedacht. Spelfouten passen als perifere cue in het *Elaboration Likelihood Model* van Petty en Cacioppo (1986) en als oppervlakkig tekstkenmerk in de theorie over *powerless language* van Areni en Sparks (2005). De *Language Expectancy Theory* van Burgoon en Miller (1985, in Kloet, Renkema & Van Wijk, 2003) voorspelt daarnaast een negatief effect van spelfouten op het imago van de zender. Deze nog nader toe te lichten theorieën hebben allen betrekking op persuasieve teksten. Sollicitatie- en sponsorbrieven kunnen als een persuasieve tekst worden gezien. In de brieven wordt geprobeerd de attitude van de lezer te veranderen of te vormen (Hoeken, Hornikx & Hustinx, 2009). De schrijvers hebben namelijk als doel de lezer te overtuigen van hun geschiktheid als kandidaat of als investering. De attitude is volgens het *Integrative model of behavioral prediction* van Fishbein en Yzer (2003, in Hoeken et al., 2009) één van de belangrijkste determinanten van gedrag. De attitude wordt in het model gezien als een evaluatieve samenvatting van de veronderstelde gevolgen van gedrag. Als de lezer positief over de zender denkt, is er een grote kans dat hij de schrijver zal uitnodigen voor een gesprek.

Onderzoek naar het *mere exposure*-effect laat zien dat attitudes op gevoelens gebaseerd kunnen zijn (Zajonc, 1968, 1980, in Hoeken et al., 2009). Dit effect houdt in dat het herhaaldelijk oppervlakkig waarnemen van een bepaald object de waardering ervoor kan beïnvloeden. Hoe vaker mensen iets zien of horen, hoe positiever hun evaluatie wordt. De stijging van die evaluatie wordt na een bepaald aantal aanbiedingen, bijvoorbeeld na tien keer zien, wel kleiner. Winkielman, Schwarz, Fazendeiro en Reber (2003, in Hoeken et al., 2009) geven als mogelijke verklaring voor het *mere exposure*-effect dat zaken die al eens zijn waargenomen de volgende keer makkelijker verwerkt worden. Dat makkelijke verwerken geeft mensen een goed gevoel en dat gevoel koppelen zij aan het object. Waarschijnlijk hebben mensen meer ervaring met sollicitatiebrieven dan met sponsorbrieven. Zij hebben door die ervaring een sterke attitude over hoe een sollicitatiebrief eruit hoort te zien, dus ze zullen een sollicitatiebrief met spelfouten misschien strenger beoordelen omdat spelfouten niet in het perfecte plaatje van een sollicitatiebrief passen. Welke invloed spelfouten in de twee brieven op de lezer hebben wordt in dit onderzoek bekeken.

Het *Elaboration Likelihood Model* (ELM) van Petty en Cacioppo (1986) is een procesmodel dat beschrijft hoe de attitude tot stand komt. Tekstverwerking en attitudevorming kan op twee manieren gebeuren. Het ELM maakt onderscheid tussen de centrale en de perifere verwerkingsroute. Het rationeel, kritisch en zorgvuldig afwegen van relevante argumenten, ook wel hoge elaboratie, wordt de centrale route genoemd. Of een lezer de tekst op deze manier verwerkt hangt af van zijn capaciteit en motivatie. Kan hij slecht lezen en heeft hij ook geen zin om het te proberen, dan kan de attitude niet tot stand komen met kritisch verwerken. De lezer doorloopt dan de perifere route. Bij deze lage elaboratie let iemand op zogenoemde perifere cues. Dat zijn een soort vuistregels om te bepalen of het standpunt uit de tekst acceptabel is (Kloet et al., 2003). De lezer let bijvoorbeeld op de deskundigheid van de zender, humor in de tekst of het aantal genoemde argumenten. Een voorbeeld van een gedachte bij perifeer



verwerken is: als er zoveel argumenten voor zijn, zal het standpunt wel juist zijn. De cues maken de boodschap voor perifere verwerkers betrouwbaar of overtuigend.

Spelfouten veranderen niets aan de inhoudelijke boodschap, dus deze tekstkenmerken hebben weinig te maken met centrale verwerking die immers om persuasieve argumenten draait. Er wordt daarom verwacht dat mensen die een tekst via de centrale route verwerken, zich niet laten beïnvloeden door spelfouten. Perifere verwerkers letten daarentegen wel op presentatiekenmerken zoals spelfouten en vormgeving van de tekst. Voor deze lezers weerspiegelen de fouten de ondeskundigheid van de zender en dat maakt hem minder overtuigend.

Dat taalgebruik een perifere cue kan zijn, bewezen Areni en Sparks (2005). Zij deden onderzoek naar de overtuigingskracht van taalgebruik in een video en op papier. Areni en Sparks maken onderscheid tussen twee soorten taalgebruik. *Powerless language* omvat het gebruik van taalmarkeringen die een lage sociale status in een communicatiecontext weerspiegelen. Voorbeelden hiervan zijn aarzelingen, het aandikken van een verhaal, overdreven beleefd zijn en *tag questions* aan het eind van een zin zoals 'toch' en 'nietwaar'. *Powerfull language* suggereert een hoge sociale status en wordt gekarakteriseerd door de afwezigheid van zulke markeringen. Uit het onderzoek bleek dat als mensen een tekst lazen met *powerless language* zij gingen nadenken over de schrijver en minder over de argumenten. De gedachten over de schrijver waren overwegend negatief en proefpersonen vonden hetgeen waar de tekst over ging minder aantrekkelijk. Daarom scharen Areni en Sparks *powerless language* in het kader van het ELM (Petty & Cacioppo, 1986) onder oppervlakkige tekstkenmerken die afleiden van de centrale verwerking. Ze benoemen spelfouten niet expliciet als één van deze kenmerken, maar zo passen ze wel in hun theorie. Aarzelingen, aandikken en *tag questions* leiden de lezer af van de boodschap, net zoals spelfouten dat kunnen doen. Spelfouten kunnen daarom als *powerless language* worden gezien.

De *Language Expectancy Theory* van Burgoon en Miller (1985, in Kloet et al., 2003) geeft een andere verklaring voor de negatieve invloed van taalfouten op het imago van de zender. Lezers baseren verwachtingen over taalgebruik op hun inschatting van de zender (Burgoon, Pauls Denning & Roberts, 2002). Van een deskundige zender wordt bijvoorbeeld verwacht dat hij geen spelfouten maakt. Doet hij dat wel dan geeft dat blijk van ondeskundigheid en dat leidt tot een negatiever imago van de zender. Dit is deels te verbinden aan de *Information Leakage Theory* van Sher en McKenzie (2006). Wanneer iemand in een sollicitatiebrief schrijft dat hij accuraat is, moet dat ook blijken uit de nette brief. De bewoording vertelt dan iets over de toestand van de zender. Eventuele spelfouten 'lekken' informatie over de daadwerkelijke aard van de schrijver die door de lezer wordt opgepikt. De spelfouten zijn dan geen perifere cue meer, maar worden een argument voor de onkunde van de schrijver. Met wel of geen spelfouten stuurt de schrijver de lezer dus indirect in zijn keuze voor hem als kandidaat.

## 1.2 Eerder onderzoek naar effect van spelfouten

Kloet, Renkema en Van Wijk (2003) deden onderzoek naar de effecten van taalfouten in directmailbrieven op de tekstwaardering, het imago van de zender en de overtuigingskracht van de tekst. Kloet et al. plaatsten in de brieven spelfouten (typefouten, d/t-fouten, inconsequent hoofdlettergebruik) en markeerfouten. Markeerfouten zijn signaalwoorden waarvan de betekenis niet klopt met de context. Een eerste experiment bevatte een fondswervingsbrief van het Astma Fonds en een goodwillbrief van de Land- en Tuinbouworganisatie Nederland. Per brief van vijf alinea's waren er vier versies: een versie zonder taalfouten, een versie met vijf spelfouten, een versie met vijf markeerfouten en een versie met zowel de vijf spelfouten als de vijf markeerfouten. De fouten werden in de middenalinea's van de brief gezet. Er deden 323 studenten aan dit experiment mee en elke proefpersoon las twee brieven in dezelfde foutversie. Na het lezen van de eerste brief werden vragen ingevuld over de tekstwaardering

(begrijpelijkheid en aantrekkelijkheid), het imago (betrouwbaarheid, aantrekkelijkheid en deskundigheid), de overtuiging ten aanzien van het onderwerp en de afzender en de gedragsintenties. Dit gebeurde nog een keer na het lezen van de tweede brief. Afsluitend voerden de proefpersonen een detectietaak uit. Zij moesten daarbij de brieven nog een keer lezen en aanstrepen wat men fout of vreemd had gevonden.

Uit dit experiment bleek dat de foutloze versie van de goodwillbrief begrijpelijker werd gevonden dan de versie met markeerfouten en die met beide fouten. Er werden geen effecten gevonden van brieftype of foutversie op het imago van de zender en overtuigingskracht van de tekst. Kloet et al. geven drie verklaringen voor deze resultaten. Mogelijk werden er te bekende zenders gebruikt, waardoor proefpersonen al een te sterke attitude hadden om zich door één brief met taalfouten te laten beïnvloeden. Daarnaast waren de proefpersonen misschien te jong en daardoor minder betrokken bij de taak. Ten derde zeggen Kloet et al. dat de manipulatie mogelijk niet zwaar genoeg was, omdat de fouten verspreid in de brieven stonden en niet zo opvielen. Daarom zijn deze verklaringen onderzocht in een tweede experiment.

Het tweede experiment bevatte een fondswervingsbrief van de fictieve Vereniging tot Behoud van Nederlandse Kastelen en een goodwillbrief van de fictieve Stichting Juridische Educatie. Van beide brieven van drie alinea's werden weer vier versies opgesteld: een versie zonder fouten, een versie met drie spelfouten, een versie met drie markeerfouten en een versie met zowel de drie spelfouten als de drie markeerfouten. Er deden tweehonderd proefpersonen aan dit experiment mee, waarvan de helft jongeren (tussen de 18 en 25 jaar) en de helft ouderen (45 jaar en ouder). Elke proefpersoon las weer twee brieven van dezelfde versie. Hierbij werd dezelfde procedure gehanteerd als bij het eerste experiment. Uit de resultaten bleek dat men de fondswervingsbrief met beide fouten minder begrijpelijk vond dan de andere drie versies van de brief. Ook bij de goodwillbrief was er een effect van foutversie. Men vond de versie met markeerfouten en met beide fouten minder begrijpelijk dan de foutloze versie en de versie met spelfouten. De proefpersonen vonden daarnaast de zender van de fondswervingsbrief zonder fouten deskundiger dan die van de brief met spelfouten en beide fouten.

In de twee experimenten van Kloet et al. hadden spelfouten dus weinig tot geen invloed op de tekstwaardering, overtuigingskracht en het imago van de zender. Kloet et al. verklaren dit met de aard van het oordeel. Wanneer proefpersonen een tekst expliciet moeten beoordelen, baseren zij hun oordeel op de tekstkenmerken. Bij vragen over attitudes, overtuigingen en intenties spelen echter ook emoties, voorkennis en betrokkenheid mee. Bij zulke oordelen speelt een oppervlakkig tekstkenmerk als een taalfout volgens Kloet et al. maar een kleine rol.

Uit onderzoek van Jansen (2010) naar de reacties van lezers op spelfouten in directmailbrieven bleken de afwijkingen echter wel invloed te hebben op zowel de tekstwaardering als het imago van de zender en de gedragsintenties van de lezer. Dit onderzoek verschilde op enkele punten van dat van Kloet et al. (2003). Kloet et al. stopten van elke fout maar één exemplaar in de tekst en de fouten waren verschillend, zodat ze allemaal als vergissingen van de schrijver opgevat konden worden (Verhoeven, 1981, in Jansen, 2010). Dat wil zeggen dat de schrijver de spellingsregels wel kent, maar ze niet zorgvuldig genoeg heeft gehanteerd of de tekst niet goed heeft nagekeken. Jansen koos daarom per conditie voor één type fout en een ruimer aantal fouten in een tekst, zodat er een systematische afwijking ontstond. Er werden bijvoorbeeld elf d/t-fouten of dertig afwijkingen van de regels voor hoofdletters in de tekst geplaatst.

In het onderzoek van Jansen werden twee directmailbrieven van vijf alinea's ontworpen van de fictieve wijnhandel Wijnwereld en olijfhandel Olivio. Lezers werden in de brief uitgenodigd om een proeverij bij te wonen. Jansen gebruikte fouten op het gebied van spelling en interpunctie (meervoud eindigend op -e in plaats van -en, fouten tegen de werkwoordspelling, onjuist hoofdlettergebruik, los schrijven van samenstellingen, onjuist geplaatste spaties rond leestekens en overvloedige uitroepetekens) en afwijkingen op het gebied van zinsbouw (discongruentie, onjuist genus van het bepaalde lidwoord en tautologie). Ruim

twaaalfhonderd veelal hoogopgeleide proefpersonen kregen ieder één directmailbrief om te evalueren op papier of online. Zij lasen de brief in hun eigen tempo en gaven daarna op een zevenpuntsschaal hun mening over stellingen over de correctheid, kwaliteit van het schrijfproces van de schrijver, professionaliteit van de schrijver, globale tekstkwaliteit, imago van de organisatie en instemming met het onderwerp en de boodschap.

Uit de resultaten bleek dat systematische afwijkingen een negatieve invloed hadden op de tekstwaardering, het imago van de zender en de gedragsintenties. Maar Jansen maakt hierbij twee kanttekeningen. De ene spelfout is de andere namelijk niet. Het los schrijven van woorddelen en de meervouds -n werden in zijn onderzoek bestraft, maar fouten in de werkwoordspelling wogen minder zwaar. Daarnaast hadden sommige formuleringsafwijkingen zoals een onjuist woordgeslacht ('die meisje') en een discongruentie ('de slee van Peter en Rudi liggen voorop') meer invloed dan spelfouten.

Masterstudente Communicatiestudies De Roo (2010) deed een scriptieonderzoek naar het effect van spelfouten, maar beperkte zich tot fouten in een wijkfolder van de fictieve wijk Klaverveld in het Belgische Molenbeek. Zij bekeek de invloed van het foutief niet toevoegen van een -t aan de stam van een werkwoord in de derde persoon enkelvoud op de tekstwaardering, overtuigingskracht, het imago van de zender en leesgemak. Een voorbeeld van zo'n d/t-fout is 'hij vind het goed'. De Roo deed eerst een kwalitatief onderzoek om vast te stellen bij hoeveel spelfouten lezers beseften dat de schrijver systematisch dezelfde fout maakte. Vijftien proefpersonen lasen een wijkfolder van 745 woorden met vijftien spelfouten hardop voor. Zij moesten daarbij zeggen wat ze dachten. Om orthografische kennis te toetsen beantwoordden de proefpersonen na het lezen drie stellingen over het juist kunnen spellen en maakten zij een invuloefening met werkwoordsvormen. Vijf van de tien mensen ontdekten de spelfouten. Na het lezen van acht d/t-fouten ontstond bij deze personen het volle besef van de onkunde van de schrijver. Naar aanleiding van het kwalitatieve onderzoek besloot De Roo in een kwantitatief onderzoek drie versies van dezelfde wijkfolder te maken: een versie zonder spelfouten, een versie met vier en een versie met acht spelfouten. Alle 173 proefpersonen (waarvan ruim de helft een universitaire studie volgde of had afgerond) lasen één van de drie versies en vulden een vragenlijst in. Zij maakten eveneens een invuloefening met werkwoordsvormen.

In het kwantitatieve onderzoek werden geen significante verschillen gevonden tussen de drie condities. Lezers van de wijkfolder met acht fouten vonden de schrijver wel slordiger dan de lezers van de brief met vier of geen fouten. Zij hadden tijdens het lezen ook meer gedachten over de schrijver, wat te relateren is aan het ELM van Petty en Cacioppo (1986). Spelfouten leken namelijk te fungeren als perifere cue, omdat ze de lezer afleidden van de boodschap. De d/t-fouten hadden in dit onderzoek echter bijna geen invloed op de tekstwaardering, overtuigingskracht, het imago van de zender en leesgemak. Of dit resultaat te wijten was aan het gekozen soort spelfout en de folder als medium moet uit vervolgonderzoek blijken. Het onderzoek van De Roo wees in ieder geval uit dat lezers minimaal vier fouten nodig hadden om zich te realiseren dat de schrijver de spellingregels niet beheerste.

### **1.3 Spelfouten in sollicitatiebrieven en sponsorbrieven**

Masterstudente Communicatiestudies Rijk (2008) onderzocht het effect van spelfouten in sollicitatiebrieven op tekstwaardering, imago van de zender en overtuigingskracht. Zij bekeek hierbij ook of identieke sollicitatiebrieven op basis van etniciteit van de zender verschillend werden beoordeeld. Rijk schreef twee sollicitatiebrieven van elk vijf alinea's, gericht aan fictieve bedrijven. Van beide brieven werden vier versies opgesteld: een foutloze brief van een Nederlandse en een Marokkaanse zender en een brief met spelfouten van zowel een Nederlandse als een Marokkaanse zender. Om dicht bij het experiment van Kloet et al. (2003) te blijven koos Rijk voor dezelfde spelfouten, behalve de typefouten, als in dat onderzoek: twee d/t-fouten, een onjuist gespeld voltooid deelwoord, een enkelvoudsvorm in plaats van

meervoudsvorm, een onjuist gespelde persoonsvorm en twee keer inconsequent hoofdlettergebruik. Deze zeven fouten stonden verspreid over de drie middelste alinea's in de sollicitatiebrieven. Alle 170 proefpersonen waren voornamelijk consulent of intercedent bij een uitzendbureau of waren recruiter, hr-manager of werkten op de afdeling Personeel & Organisatie. Elke proefpersoon las één briefversie en vulde een vragenlijst over de sollicitatiebrief in.

Uit het onderzoek bleek dat spelfouten wel degelijk invloed hadden. De foutloze sollicitatiebrieven werden als begrijpelijker, aantrekkelijker en overtuigender beoordeeld dan de brieven met spelfouten. De zender van een foutloze brief werd ook deskundiger en betrouwbaarder gevonden. De brieven van de Marokkaanse en Nederlandse zender werden niet systematisch verschillend beoordeeld. Spelfouten werden de Nederlandse zender wel zwaarder aangerekend dan de Marokkaanse zender. De brief en de Nederlander zelf werden bij spelfouten minder overtuigend gevonden. Zoals Rijk zelf ook aangeeft, zeggen deze resultaten niets over het effect van spelfouten in andere persuasieve teksten. Daarnaast valt over de manier van afname iets op te merken. De vragenlijsten liet Rijk bij de uitzendbureaus achter om ze drie of vier dagen later ingevuld op te halen. Op deze manier was er geen zicht op de wijze van invullen. Dat kan in volgend onderzoek anders door de proefleider te allen tijde aanwezig te laten zijn.

Om de effecten van spelfouten in verschillende soorten brieven vast te stellen is meer onderzoek nodig. Zo is er nog weinig bekend over het lezen en beoordelen van sponsorbrieven met spelfouten. Dit type brief verschilt ietwat van fondswervingsbrieven zoals in het onderzoek van Kloet et al. Fondswerving betekent geld werven zonder dat daarvoor een tegenprestatie wordt verwacht (Handleiding lokale fondsenwerving en sponsoring, Astma Fonds, 2008). Een voorbeeld is het werven van donaties voor een goed doel zoals de Nederlandse Hartstichting of het Astma Fonds zoals in Kloet et al. In fondswervingsbrieven staat vaak informatie die de onschuld van de getroffen benadrukt, zodat mensen sneller bereid zijn geld te geven (Hoeken et al., 2009). Bij sponsoring draait het veel meer om zakelijke samenwerking. Een sponsorbedrijf investeert geld of een dienst en krijgt daar als tegenprestatie meestal meer naamsbekendheid, tevreden werknemers of promotiemogelijkheden voor terug. In onderstaand overzicht staan de kenmerken van verschillende brieven bij elkaar.

*Tabel 1. Kenmerken van een directmailbrief, fondswervingsbrief, open sollicitatiebrief en sponsorbrief*

	<b>Directmailbrief</b>	<b>Fondswervingsbrief</b>	<b>Open sollicitatiebrief</b>	<b>Sponsorbrief</b>
<i>Doel</i>	Lezer overhalen op commercieel aanbod in te gaan	Lezer overhalen geld te doneren	Uitgenodigd worden voor gesprek en/of aangenomen worden	Uitgenodigd worden voor gesprek en/of lezer overhalen tot sponsoring
<i>Zicht op zakelijke samenwerking</i>	Afwezig	Afwezig	Aanwezig	Aanwezig
<i>Relatie tussen zender en lezer</i>	Eenmalig	Eenmalig of langdurig lidmaatschap	Langdurig (bij aannemen van de schrijver)	Langdurig (bij sponsoring door de lezer)

Sponsorbrieven lijken wat betreft opzet en doel erg op sollicitatiebrieven (Van Eijk, 1992). Beide brieven hebben het doel de lezer te overtuigen. De schrijver van een sollicitatiebrief wil graag uitgenodigd worden voor een gesprek en aangenomen worden voor een baan. In een sponsorbrief wordt geprobeerd de lezer over te halen tot sponsoring van een organisatie of activiteit. In beide soorten brieven wordt de keuze voor het aangeschreven bedrijf gemotiveerd

en er wordt achtergrondinformatie over het verleden van de schrijver gegeven. Daarnaast wordt toegelicht wat men voor elkaar zou kunnen betekenen. De twee brieven kunnen gezien worden als afspiegeling van de schrijver, maar een sollicitatiebrief is net wat persoonlijker. In een sponsorbrief draait het vooral om de visie en activiteiten van de te sponsoren organisatie in het algemeen, maar in een sollicitatiebrief staan de individuele capaciteiten van de schrijver centraal. Alles in de sollicitatiebrief, zowel tekstuele als vormgevingskenmerken, wordt direct op de schrijver betrokken.

Een ander verschil tussen de brieven is dat sponsorbrieven ongevraagd naar bedrijven worden verstuurd. Dit in tegenstelling tot sollicitatiebrieven die vaak naar aanleiding van een vacature aan een organisatie worden gestuurd. Sollicitatiebrieven worden daarom mogelijk met meer interesse en diepgang gelezen, omdat een organisatie baat heeft bij het selecteren van de beste kandidaat. De tekst wordt centraal verwerkt, dus perifere cues zoals spelfouten vallen dan mogelijk niet of minder op (Petty & Cacioppo, 1986).

## 1.4 Onderzoeksvragen en hypotheses

Gebaseerd op de besproken theorieën heb ik de volgende onderzoeksvragen en hypotheses opgesteld:

In hoeverre hebben spelfouten in sollicitatiebrieven en sponsorbrieven invloed op de tekstwaardering, overtuigingskracht en het imago van de zender?

In hoeverre is er een verschil in beoordeling tussen sollicitatie- en sponsorbrieven met spelfouten?

Hypothese 1: Een tekst met spelfouten wordt negatiever gewaardeerd dan een foutloze tekst.

Hypothese 2: Een brief met spelfouten is minder overtuigend dan een foutloze brief.

Hypothese 3: Het imago van de schrijver van een brief met spelfouten wordt negatiever gewaardeerd dan het imago van de schrijver van een foutloze brief. Spelfouten maken de schrijver minder deskundig, minder betrouwbaar en minder aantrekkelijk.

Hypothese 4: Brieven met spelfouten roepen bij de lezer meer gedachten over de schrijver op dan foutloze brieven. Deze gedachten zijn overwegend negatief.

Hypothese 5: Het negatieve effect van spelfouten op de tekstwaardering, overtuigingskracht en het imago van de zender geldt vooral voor de sollicitatiebrief en minder voor de sponsorbrief. Vanwege een tekort aan relevante theorieën op het vlak van spelfouten in sponsorbrieven is deze verwachting (nog) niet theoretisch te ondersteunen.

## 2. Methode

### 2.1 Onderzoeksopzet

Om antwoord te krijgen op de onderzoeksvragen heb ik een experiment uitgevoerd. De onafhankelijke variabele spelfout is in twee zakelijke brieven geplaatst: een sollicitatiebrief en een sponsorbrief. Deze brieven zijn voor dit onderzoek zelf geschreven volgens de algemeen geldende regels en waren daardoor erg standaard. De variabele spelfout heeft twee niveaus: zes spelfouten aanwezig of afwezig. De afhankelijke variabelen zijn tekstwaardering, overtuigingskracht en het imago van de zender. De lezer beantwoordde na het lezen van één van de brieven vragen over deze afhankelijke variabelen. In subparagraaf 2.4 wordt deze vragenlijst toegelicht. Er deden 160 werknemers van organisaties in allerlei bedrijfstakken aan dit onderzoek mee.

### 2.2 Materiaal

Het materiaal voor dit experiment bestond uit een sollicitatiebrief en een sponsorbrief waarvan de lengte zoveel mogelijk gelijk is gehouden. Beide brieven waren vijf alinea's lang. De sollicitatiebrief bestond uit achttien zinnen en 260 woorden (exclusief adressering, datum, onderwerpregel, aanhef en afsluiting). De sponsorbrief bevatte achttien zinnen en 270 woorden.

Van zowel de sollicitatiebrief als de sponsorbrief werden twee versies geschreven om na te kunnen gaan of ik kon generaliseren over bedrijfsnamen en het geslacht van de schrijver. Versie één van de sollicitatiebrief werd geschreven door het personage Anna de Jong en was gericht aan het fictieve bedrijf 'Valetto Incasso'. Versie twee van de sollicitatiebrief was geschreven door Peter van der Berg en gericht aan het fictieve bedrijf 'Tensa Computers'. De versies van de sponsorbrief werden eveneens door deze twee personages, uit naam van een voetbalvereniging, naar dezelfde fictieve bedrijven geschreven. Er kon bij de lezer dus geen bestaande attitude over het betreffende bedrijf worden opgeroepen.

De sollicitatiebrief betrof een open sollicitatie naar aanleiding van een bezoek aan de website naar de functie van accountant. De sollicitant had hiervoor een gepaste opleiding en werkervaring. Het curriculum vitae werd weggelaten. In de sponsorbrief verzocht de schrijver het bedrijf om sponsoring van zijn of haar voetbalvereniging. Het doel van beide brieven was de lezer over te halen om de zender uit te nodigen voor een gesprek over samenwerkingsmogelijkheden.

De brieven zijn afgeleid van bestaande sollicitatie- en sponsorbrieven op het internet en zo aangepast dat er spelfouten in geplaatst konden worden. De inhoud van de sollicitatiebrief en de sponsorbrief is zoveel mogelijk gelijk gehouden. Een eventueel verschil in waardering tussen de soorten brieven zou hierdoor niet veroorzaakt kunnen worden door een verschil in inhoud. Op enkele punten zijn hiervoor concessies gedaan. De zin 'Hopelijk vindt u het goed als ik hierover binnen twee weken telefonisch contact met u opneem' past prima in een sponsorbrief, maar is iets minder gebruikelijk in een sollicitatiebrief. En een zin zoals 'Voor meer informatie verwijs ik u naar mijn curriculum vitae' is in de sollicitatiebrief weggelaten, omdat deze niet in de sponsorbrief zou passen. Dat zou de nagestreefde overeenkomst tussen de brieven tenietdoen.

In beide brieven stond een passage waarin de schrijver een bewering deed over zijn of haar capaciteiten. De schrijver beweerde in één zin in de vierde alinea accuraat en precies te zijn. Deze zin reflecteert de netheid van de persoon. In een brief met spelfouten is dit dus onterecht opscheppen, want de spelfouten bewijzen dat de persoon juist niet accuraat en precies is (Sher & McKenzie, 2006). Er wordt verwacht dat mensen die spelfouten opmerken, van

mening zijn dat de schrijver zich, naar aanleiding van deze zin in een brief met spelfouten, beter voordoet dan hij is. Het gaat om de volgende zin in beide brieven:

- Sollicitatiebrief: 'Ik ben niet alleen accuraat en precies in het opvolgen van regels, maar ook flexibel en ondernemend ingesteld.'
- Sponsorbrief: 'Wij zijn accuraat en precies in het nakomen van sponsorafspraken.'

Van de sollicitatie- en sponsorbrief werden elk vier versies opgesteld: een foutloze versie van Anna de Jong, een foutloze versie van Peter van der Berg, een versie met spelfouten van Anna de Jong en een versie met spelfouten van Peter van der Berg. De brieven zijn in hun geheel te lezen in bijlagen A tot en met H.

## 2.3 Manipulatie

Er is voorafgaand aan het schrijven van de brieven nagedacht over het te plaatsen type spelfout. In de in het eerste hoofdstuk genoemde onderzoeken zijn verschillende soorten taalfouten gemanipuleerd. Kloet, Renkema en Van Wijk (2003) kozen voor typefouten, d/t-fouten, inconsequent hoofdlettergebruik en markeerfouten. Jansen (2010) gebruikte een nog breder scala aan fouten van spelling en interpunctie tot fouten in de zinsbouw. Ik was echter niet geïnteresseerd in het effect van vormgevingskenmerken zoals inconsequent hoofdlettergebruik, overvloedige uitroeptekens en typefouten. Deze fouten wegen namelijk minder zwaar dan spelfouten (Jansen, 2010). Ik zocht naar een te manipuleren fout in de werkwoordsvorm, omdat die fouten mij 'in het wild' op papier en online erg opvallen.

Sollicitatiebrieven worden vooral in de ik-vorm geschreven, dus ik had kunnen kiezen voor een ten onrechte toegevoegde -t aan deze vorm. Deze variant, 'ik vindt', hanteert Rijk (2008) ook in haar scriptie over het effect van spelfouten in sollicitatiebrieven. Maar mogelijk zou een aantal van dit soort fouten samen in het huidige onderzoek te opvallend worden. Bovendien past de ik-vorm iets minder goed in het *format* van een sponsorbrief. Er is daarom gekozen om de manipulatie gelijk te houden met die in de scriptie van De Roo (2010) over spelfouten in een wijkfolder. Bij verschillende soorten spelfouten in één tekst kan een eventueel effect moeilijk verklaard worden, want misschien vinden proefpersonen de ene fout wel erger dan de andere. Daarom koos ik in dit onderzoek voor maar één soort spelfout. In zowel de sollicitatie- als sponsorbrief werden zes fouten van hetzelfde soort toegevoegd: een ten onrechte weggelaten -t bij de stam van een werkwoord in de derde persoon enkelvoud. Een groter foutenaantal dan zes zou wellicht te veel gaan opvallen. De foute werkwoordsvormen werden direct voor of na het onderwerp van de zin geplaatst, zodat de fout duidelijk bleef. De spelfouten stonden verspreid over vijf alinea's. In de tweede alinea stond één fout, in de derde en vierde alinea allebei twee fouten en in de laatste passage stond nog een laatste d/t-fout.

### **De spelfoutmanipulatie in de sollicitatiebrief:**

- Alinea 2: Uw organisatie onderscheidt / onderscheid zich bovendien van andere door de sfeer die uw bedrijfsprofiel uitstraalt.
- Alinea 3: In deze studie besteedt / besteed men veel aandacht aan het opstellen van jaarrekeningen.
- Alinea 3: Deze organisatie houdt / houdt zich verder bezig met het adviseren van klanten over spaar- en leenproducten, verzekeringen en het betalingsverkeer.
- Alinea 4: Dit leidt / leid tot een stressbestendige doch klant- en servicegerichte werkhouding.

Alinea 4: Het wordt / word daarom zeker een uitdaging om als accountant bij u aan de slag te gaan.

Alinea 5: Hopelijk vindt / vind u het goed als ik hierover binnen twee weken telefonisch contact met u opneem.

### **De spelfoutmanipulatie in de sponsorbrief:**

Alinea 2: Uw organisatie onderscheidt / onderscheid zich immers van andere door de sfeer die uw bedrijfsprofiel uitstraalt.

Alinea 3: Onze club besteedt / besteed veel aandacht aan het ontwikkelen van voetbaltechnieken en basisvaardigheden van de jeugd, zoals doorzettingsvermogen en eerlijkheid.

Alinea 3: De vereniging houdt / houdt zich geregeld bezig met het organiseren van toernooien en voetbalclinics om jong talent aan te trekken.

Alinea 4: Door middel van promotiecampagnes leidt / leid uw steun tot bekendheid bij alle bezoekers van wedstrijden en evenementen van V.V. Noorddijk.

Alinea 4: Het wordt / word daarom zeker een uitdaging om met u samen te werken.

Alinea 5: Hopelijk vindt / vind u het goed als ik hierover binnen twee weken telefonisch contact met u opneem.

## **2.4 Instrumentatie**

Het afnamepakketje bestond uit vijf pagina's. Na het voorblad met instructie en de brief stond op de derde pagina een korte *thought listing*-opdracht met een instructie (zie bijlage K). Proefpersonen werden uitgenodigd in vijf lege tekstvakken maximaal vijf gedachten op te schrijven die ze hadden tijdens of direct na het lezen van de brief. Zo werd gecontroleerd of, afhankelijk van de conditie, de spelfouten bij proefpersonen al tijdens het lezen opvielen. Zij waren niet verplicht gedachten op te schrijven.

De afhankelijke variabelen in dit onderzoek werden bevraagd met een vragenlijst van 33 vragen. De vragenlijst was per briefversie gelijk, maar deze werd op een paar punten aangepast aan de sollicitatie en het verzoek om sponsoring. In de vragenlijst stonden stellingen en drie vragen waarop geantwoord werd op een zevenpunts Likertschaal van helemaal mee oneens tot helemaal mee eens of een semantische differentiaal. De stellingen waren afwisselend positief en negatief geformuleerd om automatisch antwoorden te voorkomen. De lijst begon met een vraag naar een rapportcijfer voor de gelezen brief. De afhankelijke variabele tekstwaardering werd bevraagd met zeven stellingen over de begrijpelijkheid en de aantrekkelijkheid van de brief. Twee voorbeelden:

Ik vind de sollicitatiebrief duidelijk	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
Ik vind de sollicitatiebrief te lang	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens

Het imago van de zender omvatte twaalf vragen over de deskundigheid, betrouwbaarheid en de aantrekkelijkheid van de schrijver van de brief. Drie voorbeelden:

De schrijver is	verstandig	0 0 0 0 0 0	onverstandig
De schrijver is	geloofwaardig	0 0 0 0 0 0	ongeloofwaardig
De schrijver is	slordig	0 0 0 0 0 0	netjes



Hieronder viel ook nog een vraag over de schrijver die in een versie met spelfouten opschepte over zijn kwaliteiten. Proefpersonen moesten op een zevenpuntsschaal aangeven of de schrijver zich beter voordeed dan hij of zij was. De algehele attitude werd bevraagd met vier stellingen, waaronder:

Ik vind de brief overtuigend	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
Ik vind dat de schrijver zichzelf goed presenteert	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens

Alle proefpersonen moesten ook aangeven hoe groot zij de kans achtten dat de schrijver uitgenodigd zou worden voor een gesprek en dat deze voor de functie aangenomen zou worden respectievelijk dat het bedrijf de voetbalvereniging zou gaan sponsoren. Na vragen over de demografische gegevens stonden op de laatste bladzijde nog drie vragen. Om te controleren of proefpersonen de gemanipuleerde brief realistisch vonden, werd hierover de volgende vraag gesteld:

Ik denk dat de brief onlangs echt verstuurd is	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
--	---------------------	-------------	-------------------

Hierna volgde een vraag over hoe erg de proefpersoon spelfouten in zakelijke brieven vond. Als iemand spelfouten niet erg vindt, zal hij er iemand anders waarschijnlijk minder of niet op afrekenen. De laatste vraag omvatte de hele manipulatie in het experiment:

In de sollicitatiebrief staan spelfouten	0 nee
	0 ja, namelijk ongeveer.....(noem een aantal)

Met het te noemen aantal fouten werd gecontroleerd of de proefpersoon maar een wilde sociaal wenselijke gok deed, bijvoorbeeld als hij vijftien fout opschreef, of dat de proefpersoon het bij het rechte eind had en dus een aantal rond de zes fout invulde. De complete vragenlijst is te vinden in bijlagen I en J.

## 2.5 Proefpersonen

De brieven werden gelezen en beoordeeld door 160 werknemers bij bedrijven in allerlei sectoren in Woerden, Linschoten, Montfoort, Harmelen en Utrecht. Het criterium was dat zij enige ervaring hadden met zakelijke correspondentie. Zij zijn allemaal *face-to-face* om hun medewerking gevraagd. Er werden in tegenstelling tot het onderzoek over spelfouten in sollicitatiebrieven van Rijk (2008) geen uitzendbureaus en zo min mogelijk mensen van HRM-afdelingen benaderd. Zij zouden te geoefend zijn in het beoordelen van sollicitatiebrieven en konden de resultaten in de huidige onderzoeksopzet met sponsorbrieven scheeftrekken.

Van alle proefpersonen was 45 procent man en 55 procent vrouw. De leeftijden van de proefpersonen liepen uiteen van 17 tot en met 68 jaar. De gemiddelde leeftijd van de hele steekproef was 43 jaar. De meerderheid van de proefpersonen had als hoogste opleidingsniveau hoger beroepsonderwijs (43,8 procent). Middelbaar beroepsonderwijs werd door een tweede grote groep als hoogste opleidingsniveau genoemd (31,3 procent). Als derde volgde wetenschappelijk onderwijs met 11,3 procent. Overige proefpersonen ronden alleen mavo, havo of vwo af (bijna 14 procent). De moedertaal van alle proefpersonen was Nederlands.

## 2.6 Procedure

Proefpersonen werden tijdens werktijd gevraagd om tien minuten medewerking aan een scriptieonderzoek naar de afhandeling van zakelijke brieven. Als hier niet direct tijd voor was

werd er een afspraak gemaakt op een ander tijdstip of een andere dag. Proefpersonen kregen een papieren pakketje van vijf pagina's en een pen uitgereikt. Er werd kort verteld hoe de afname eruit zou zien. Als verklaring voor de aanwezigheid van de proefleider werd gezegd, al stond dit ook vermeld op het instructievoorblad, dat er niet teruggebladerd mocht worden. De allerlaatste vraag was er immers om te checken of de proefpersoon tijdens het lezen, en dus niet na terugbladeren, had opgemerkt of er spelfouten in de brief stonden.

Op het voorblad werd een verhuuld onderzoeksdoel gepresenteerd en uitgelegd hoe de zevenpunts Likertschaalvragen ingevuld dienden te worden (zie bijlagen L en M). Daarna volgde een versie van de sollicitatie- of sponsorbrief. De briefversies waren vooraf op volgorde van één tot en met acht gelegd om bepaalde eigenschappen van proefpersonen en eventueel collega's over alle condities te spreiden. Als in één bedrijf bijvoorbeeld twee mensen tegelijk deelnamen, kregen zij zo elk een andere versie te lezen. Elke briefversie werd door twintig proefpersonen gelezen en beoordeeld.

Proefpersonen lazen de brief één keer door om daarna te vervolgen met het *thought listing* op de volgende pagina. Omdat het opsommen van de gedachten niet verplicht was, schreven sommige proefpersonen hier niets op. Daarna vulden zij de vragenlijst in. Enkele proefpersonen vroegen hierbij nog een korte toelichting, omdat de antwoordschaal af en toe omwisselde van positief naar negatief. Als proefpersonen vergaten op de allereerste regel van de vragenlijst een rapportcijfer in te vullen, herinnerde de proefleider hen hieraan. Na het invullen van de laatste vraag over de eventuele spelfouten in de brief volgde een *debriefing*. Een klein aantal mensen was geïnteresseerd in de uitkomsten van het onderzoek. Hun werd daarom een samenvatting van de scriptie aangeboden via e-mail. Proefpersonen werden niet betaald voor hun medewerking.

Ondanks de pretest kwam er tijdens de afname bij de eerste tien proefpersonen een fout in de sollicitatiebrief naar voren. Er werd in deze foute versie namelijk gesolliciteerd naar de functie van accountmanager, terwijl de sollicitant schreef ervaring te hebben met accountancy. De functie is daarom direct na die eerste tien proefpersonen in alle versies van de sollicitatiebrief veranderd in de functie van accountant. De twee proefpersonen die deze fout expliciet opmerkten, zijn uit de dataset verwijderd en vervangen voor twee andere proefpersonen die een verbeterde versie lazen en beoordeelden. Uit antwoorden en opmerkingen van de overige acht proefpersonen bleek niet dat zij de fout hadden opgemerkt, dus hun data bleven behouden.

## 2.7 Verwerking gegevens

### 2.7.1 Verdeling proefpersonen

Bij de verwerking van de gegevens is allereerst gekeken of de groepen die de vragenlijsten hebben ingevuld vergelijkbaar zijn. In dit onderzoek zijn van zowel de sollicitatiebrief als de sponsorbrief vier briefversies afgenomen, waaronder ook nog twee verschillende tekstversies: één van schrijver Anna de Jong uit Noorddijk en één van schrijver Peter van der Berg uit Aalst. De leeftijden van de proefpersonen verschilden niet per conditie ( $F(1,158)=.31$ ,  $p=.58$ ). Evenveel mannen als vrouwen lazen de tekstversies van Anna de Jong en Peter van der Berg ( $\chi^2(1)=3.64$ ,  $p=.06$ ) en er was geen verschil in opleidingsniveau ( $\chi^2(6)=3.68$ ,  $p=.72$ ). De groepen kunnen daarom met elkaar vergeleken worden. Tekstversie had geen invloed op de afhankelijke variabelen, behalve op de aantrekkelijkheid van de tekst ( $F(1,158)=4.46$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.03$ ). Daarom worden alleen bij deze variabele de resultaten per tekstversie besproken.

### 2.7.2 Splitsing steekproef

Proefpersonen moesten aangeven of er volgens hun spelfouten in de brief stonden. In Tabel 2 is te zien hoeveel van de in totaal 160 mensen het bij het juiste eind hebben.

Tabel 2. Aantal ja/nee-antwoorden op de vraag of er spelfouten in de sollicitatiebrief en sponsorbrief staan, gesplitst op aan- of afwezigheid van spelfouten

		Sollicitatiebrief		Sponsorbrief	
		Geen spelfouten	Wel spelfouten	Geen spelfouten	Wel spelfouten
<i>In de sollicitatiebrief / sponsorbrief staan</i>					
<i>Ja</i>		12 (onjuist)	26	12 (onjuist)	20
<i>Nee</i>		28	14 (onjuist)	28	20 (onjuist)

Tabel 2 laat zien dat proefpersonen over de sollicitatiebrief meestal een goed antwoord geven. Twaalf mensen concluderen onterecht dat er toch spelfouten in de sollicitatiebrief staan. Bij aanwezige spelfouten in de sollicitatiebrief hebben veertien proefpersonen er overheen gelezen. Voor de sponsorbrief is dit verschil groter. Twaalf proefpersonen denken onterecht dat er spelfouten in de foutloze sponsorbrief staan. Maar liefst twintig proefpersonen lazen over de spelfouten in de sponsorbrief heen. Voor een nog beter overzicht staat in onderstaande Tabel 3, van beide brieven samengenomen, het totaal aantal mensen dat een fout en goed antwoord gaf op de vraag of er spelfouten in de brief staan.

Tabel 3. Totaal aantal foute en goede antwoorden op de vraag of er spelfouten in de brief staan

	Brieven zonder spelfouten	Brieven met spelfouten
<i>Fout antwoord</i>	24	34
<i>Goed antwoord</i>	56	46

Uit Tabel 3 blijkt dat de groep proefpersonen die een goed antwoord geeft het grootst is. Er zijn minder proefpersonen die ten onrechte spelfouten zien (24) dan proefpersonen die terecht spelfouten zien (46). Als proefpersonen dachten dat er spelfouten in de brief stonden, moesten ze ook het geschatte aantal fouten invullen. Hierdoor kan de steekproef gesplitst worden. De proefpersonen zijn op de juistheid van hun antwoord ingedeeld in de groepen niet-kenners en kenners van de Nederlandse spelling. In totaal waren er 102 mensen met kennis van spelling (63,8 procent) en 58 mensen met weinig tot geen kennis van spelling (36,3 procent). Het aantal niet-kenners en kenners was over de acht condities wel gelijk verdeeld ( $\chi^2(7)=8.82$ ,  $p=.45$ ). Geslacht was over de niet-kenners en kenners ook gelijk verdeeld ( $\chi^2(1)=1.66$ ,  $p=.20$ ). In de versies met spelfouten vullen de 46 mensen met kennis van spelling meestal het foutenaantal twee of drie in (28,3 procent en 19,6 procent). Daarna volgen de aantallen vijf en zeven (15,2 procent en 10,9 procent). Er zijn maar twee mensen die het enige juiste aantal van zes spelfouten noemen.

De proefpersonen moesten ook invullen of zij spelfouten in zakelijke brieven helemaal niet erg tot heel erg vinden. Gemiddeld vinden de proefpersonen spelfouten in zakelijke brieven erg, want het gemiddelde is 6.19 (SD=.96) op een zevenpuntsschaal. Maar liefst 47,5 procent van alle proefpersonen kruist de meest extreme optie aan en geeft aan spelfouten in zakelijke brieven heel erg te vinden (optie zeven). Op de tweede plaats wordt 'erg' (optie zes) door 33,1 procent van alle proefpersonen aangekruist. Niemand van de proefpersonen kruist 'helemaal niet erg' en 'niet erg' aan (optie één en twee). De proefpersonen zijn op basis van deze vraag gesplitst in twee groepen die spelfouten wel of niet erg vinden: 84 proefpersonen vinden spelfouten in zakelijke brieven niet erg, 76 proefpersonen vinden ze wel erg. Er is met een Chi-kwadraattoets gekeken of mensen die aangeven spelfouten erg te vinden ook in de groep kenners van spelling vallen. Er blijkt geen verband tussen de groepen niet-kenners en kenners en mensen die spelfouten wel en niet erg vinden ( $\chi^2(1)=3.34$ ,  $p=.07$ ). In de groep mensen die

spelfouten erg vinden zitten wel veel kenners (71,1 procent tegenover 28,9 procent niet-kenners), maar in de groep mensen die spelfouten niet erg vinden is het verschil veel kleiner met 42,9 procent niet-kenners tegenover 57,1 procent kenners.

### 2.7.3 Manipulatiecheck

Proefpersonen moesten in de vragenlijst aangeven of ze dachten dat de brief onlangs echt verstuurd was. Zo kon worden nagegaan of de proefpersonen zich verschillend hebben ingesteld op de brieven met en zonder spelfouten. Spelfouten hebben voor de gehele steekproef geen invloed op het beoordeelde realisme van de brieven ( $F(1,156)=.38$ ,  $p=.54$ ). De gemiddelden van de totale steekproef staan in Tabel 4a in bijlage N. In Tabel 4b in bijlage N staan de gemiddelde oordelen van de groepen niet-kenners en kenners van spelling. Voor de niet-kenners maakt het voor het realisme van de brieven niet uit of er spelfouten in staan ( $F(1,54)=1.96$ ,  $p=.17$ ). De kenners vinden een brief met spelfouten echter minder realistisch dan een foutloze brief ( $F(1,98)=4.42$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.04$ ).

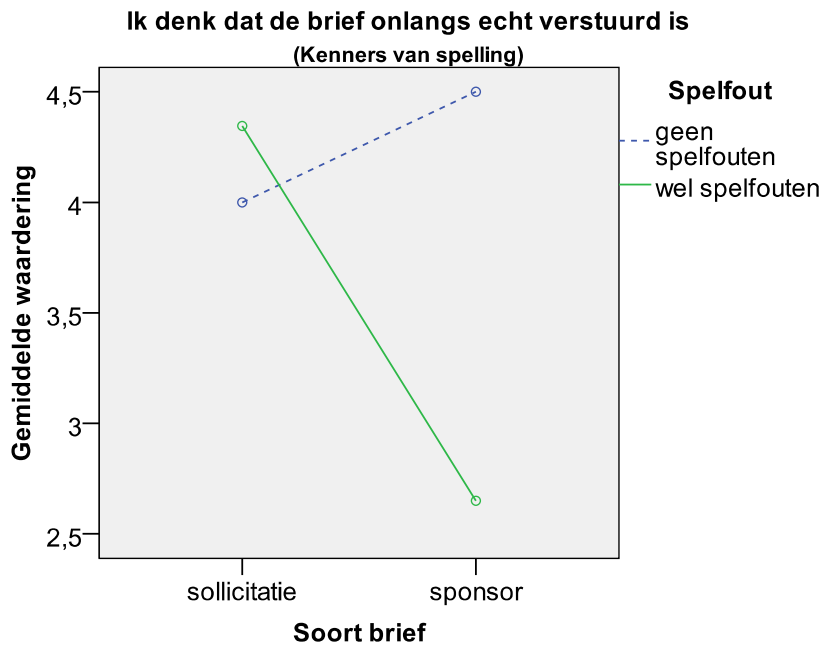
Er is ook gekeken naar eventuele effecten van het soort brief op het beoordeelde realisme. Voor de totale steekproef heeft het soort brief hierop geen invloed ( $F(1,156)=1.11$ ,  $p=.29$ ). Dit oordeel staat in Tabel 4c in bijlage N. In Tabel 4d in diezelfde bijlage staan de gemiddelde oordelen van niet-kenners en kenners. Zowel voor de groep niet-kenners ( $F(1,54)=.03$ ,  $p=.86$ ) als de kenners ( $F(1,98)=2.80$ ,  $p=.10$ ) heeft het soort brief geen invloed op het beoordeelde realisme.

Voor de totale steekproef is er een interactie-effect tussen spelfout en het soort brief op het beoordeelde realisme van de brieven ( $F(1,156)=6.51$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.04$ ). De sollicitatiebrief zonder spelfouten wordt minder realistisch beoordeeld dan de sponsorbrief zonder spelfouten en de sponsorbrief met spelfouten wordt als veel minder realistisch beoordeeld dan de sollicitatiebrief met spelfouten. Er is geen significant verschil tussen de sollicitatiebrief met en zonder spelfouten ( $F(1,78)=2.09$ ,  $p=.15$ ), maar wel tussen de sponsorbrief met en zonder spelfouten ( $F(1,78)=4.55$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.06$ ). De gemiddelde oordelen van dit interactie-effect staan in Tabel 4e in bijlage N.

Er is voor de niet-kenners geen interactie-effect tussen spelfout en soort brief op het beoordeelde realisme van de brieven ( $F(1,54)=.52$ ,  $p=.47$ ). Voor de groep kenners is dat er wel ( $F(1,98)=9.43$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.09$ ). De gemiddelde oordelen zijn te zien in onderstaande Tabel 4. Het oordeel over de brieven zonder spelfouten ligt voor de kenners aardig dicht bij elkaar, maar de sponsorbrief met spelfouten wordt aanzienlijk minder realistisch beoordeeld dan de sollicitatiebrief met spelfouten. Het verschil tussen de sollicitatiebrief met en zonder spelfouten op het realisme is voor de kenners overigens niet significant ( $F(1,52)=.53$ ,  $p=.47$ ), maar het verschil tussen de sponsorbrief met en zonder spelfouten wel ( $F(1,46)=11.81$ ,  $p=.001$ ,  $\eta^2=.20$ ). In Figuur 1 op de volgende pagina is het interactie-effect grafisch weergegeven.

Tabel 4. Oordeel over realisme van de sollicitatiebrief en sponsorbrief, gesplitst op kennis van spelling en aan- of afwezigheid van spelfouten (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)

	Niet-kenners		Kenners	
	Geen spelfouten	Wel spelfouten	Geen spelfouten	Wel spelfouten
<i>Ik denk dat de sollicitatiebrief onlangs echt verstuurd is</i>	3.58 (1.56)	4.57 (1.74)	4.00 (1.54)	4.35 (1.94)
<i>Ik denk dat de sponsorbrief onlangs echt verstuurd is</i>	3.83 (1.75)	4.15 (1.81)	4.50 (1.80)	2.65 (1.90)



Figuur 1. Interactie-effect voor de groep kenners op de vraag of de brief onlangs echt verstuurd is

#### 2.7.4 Betrouwbaarheid

Voorafgaand aan alle toetsen zijn de negatief geformuleerde stellingen in alle categorieën van de vragenlijst omgepoold, zodat alle scores gelijk waren. Daarna is gekeken of de scores van elke afhankelijke variabele geclusterd konden worden tot één score voor elke afhankelijke variabele. De resultaten van deze betrouwbaarheidsanalyse zijn te zien in Tabel 5.

Tabel 5. Betrouwbaarheid van de clusters

Cluster	Aantal items	Cronbach's alpha
<i>Tekstwaardering</i>		
<i>Begrijpelijkheid</i>	4	.87
<i>Aantrekkelijkheid</i>	3	.68
<i>Totaal</i>	7	.87
<i>Imago van de zender</i>		
<i>Deskundigheid</i>	3	.71
<i>Betrouwbaarheid</i>	5	.76
<i>Aantrekkelijkheid</i>	4	.69
<i>Totaal</i>	12	.87
<i>Attitude</i>	4	.86
<i>Intentie</i>	2	.89

De betrouwbaarheid van alle clusters was hoog genoeg zonder vragen te hoeven verwijderen (minimaal  $\alpha = .60$ ). Van elke subcategorie is daarom een gemiddelde score berekend. Hierdoor ontstonden in totaal negen gemiddelden.

### **2.7.5 Statistische analyses**

Als basis is steeds een tweewegsvaariantie-analyse gedaan voor de gehele steekproef met als factoren spelfout en soort brief. De gemiddelde oordelen hiervan staan allen in bijlage N. Bij de eerste analyses over de gehele steekproef werden weinig significante effecten van spelfouten en het soort brief op de afhankelijke variabelen gevonden. Een voor de hand liggende gedachte over dit gebrek aan resultaten is dat een groot deel van de proefpersonen de spellingsregels onvoldoende beheerst. Daarom is besloten de proefpersonen te splitsen in de groepen niet-kenners en kenners, zoals beschreven in subparagraaf 2.7.2 (pag. 18).

Er is per cluster steeds een tweewegsvaariantie-analyse gedaan met als factoren niet-kenners/kenners en spelfouten. Wanneer hier geen interactie-effect uit bleek, werd er een volgende tweewegsvaariantie-analyse uitgevoerd met de factoren spelfouten en soort brief. Was er na de eerste stap wel een interactie-effect dan werd de datafile eerst gesplitst op niet-kenners/kenners om daarna te vervolgen met de hiervoor beschreven tweewegsvaariantie-analyse.

### 3. Resultaten

#### 3.1 De beoordeling van brieven met en zonder spelfouten

Eerst zijn voor de verschillende briefversies de eventuele effecten van spelfouten op de afhankelijke variabelen berekend. Deze resultaten komen nu per construct aan de orde.

##### 3.1.1 Rapportcijfer

De allereerste vraag van de vragenlijst was die naar een rapportcijfer. Voor de gehele steekproef hebben spelfouten invloed op dit rapportcijfer ( $F(1,156)=5.30$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.03$ ). Een brief zonder spelfouten krijgt gemiddeld een 7.2, terwijl een brief met spelfouten een 6.8 krijgt. Deze gemiddelden zijn terug te vinden in Tabel 6a in bijlage N. Uit een tweewegsvariantie-analyse met de factoren kenners/niet-kenners en spelfouten bleek een interactie-effect op rapportcijfer ( $F(1,156)=25.19$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2=.14$ ), dus er is gesplitst op kenners/niet-kenners. In Tabel 6 staan de gemiddelde rapportcijfers die proefpersonen aan de brieven geven.

Tabel 6. Rapportcijfer voor de brieven, gesplitst op kennis van spelling en aan- of afwezigheid van spelfouten (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 10=positieve evaluatie)

	Niet-kenners		Kenners	
	Geen spelfouten	Wel spelfouten	Geen spelfouten	Wel spelfouten
<i>Welk rapportcijfer geeft u aan de brief?</i>	6.31 (1.28)	7.07 (1.08)	7.55 (.72)	6.52 (1.28)

Niet-kenners geven een brief zonder spelfouten een lager rapportcijfer dan een foutloze brief ( $F(1,54)=.18$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.10$ ). Bij de kenners is het juist andersom. Zij geven een brief met spelfouten een lager rapportcijfer dan een foutloze brief ( $F(1,98)=30.64$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2=.24$ ).

##### 3.1.2 Tekstwaardering

Tekstwaardering was ingedeeld in twee categorieën, namelijk begrijpelijkheid en aantrekkelijkheid. Spelfouten hebben voor de gehele steekproef geen invloed op de begrijpelijkheid van de brieven ( $F(1,156)=1.60$ ,  $p=.21$ ) en ook niet op de totale tekstwaardering ( $F(1,156)=2.83$ ,  $p=.10$ ). De gemiddelde oordelen van de totale steekproef staan in Tabel 7a in bijlage N. Uit een tweewegsvariantie-analyse met de factoren kenners/niet-kenners en spelfouten bleek een interactie-effect op begrijpelijkheid ( $F(1,156)=19.34$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2=.11$ ), op aantrekkelijkheid ( $F(1,156)=25.26$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2=.14$ ) en op tekstwaardering in totaal ( $F(1,156)=26.35$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2=.15$ ), dus er is gesplitst op kenners/niet-kenners. In Tabel 7 op de volgende pagina zijn de oordelen op deze afhankelijke variabelen te zien. Tekstversie (Anna de Jong of Peter van der Berg) had geen invloed op de afhankelijke variabelen, behalve op de aantrekkelijkheid van de tekst ( $F(1,158)=4.46$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.03$ ). Daarom worden die resultaten per tekstversie besproken.

Tabel 7. Waardering van de brieven, gesplitst op kennis van spelling en aan- of afwezigheid van spelfouten (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)

	Niet-kenners		Kenners	
	Geen spelfouten	Wel spelfouten	Geen spelfouten	Wel spelfouten
<i>Begrijpelijkheid</i>	3.77 (1.37)	4.75 (1.27)	5.42 (1.04)	4.60 (1.33)
<i>Totaal tekstwaardering</i>	3.88 (1.30)	4.85 (1.15)	5.43 (.94)	4.49 (1.21)

#### *Begrijpelijkheid*

Niet-kenners vinden een brief met spelfouten begrijpelijker dan een brief zonder spelfouten ( $F(1,54)=9.34$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.15$ ). Kenners vinden een brief met spelfouten juist minder begrijpelijk dan een foutloze brief ( $F(1,98)=14.22$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2=.13$ ).

#### *Tekstwaardering totaal*

Niet-kenners waarderen een brief met spelfouten meer dan een foutloze brief ( $F(1,54)=11.15$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.17$ ). Kenners waarderen een brief met spelfouten juist minder dan een foutloze brief ( $F(1,98)=23.55$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2=.19$ ).

#### *Aantrekkelijkheid per tekstversie*

Voor de totale steekproef hebben spelfouten in brieven van Anna de Jong geen invloed op de aantrekkelijkheid ( $F(1,76)=.40$ ,  $p=.53$ ), maar spelfouten in die brieven van Peter van der Berg wel ( $F(1,76)=4.43$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.06$ ). Men vindt een brief van Peter van der Berg met spelfouten minder aantrekkelijk dan zijn foutloze brief. Deze gemiddelde oordelen van de totale steekproef staan in Tabel 8a in bijlage N. In de volgende Tabel 8 en Tabel 9 staan de gemiddelde oordelen over de aantrekkelijkheid van de brieven van de niet-kenners en kenners, gesplitst op tekstversie (Anna de Jong en Peter van der Berg) en aan- of afwezigheid van spelfouten.

Tabel 8. Aantrekkelijkheid van de brieven volgens niet-kenners, gesplitst op tekstversie en aan- of afwezigheid van spelfouten (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)

	Versie Anna de Jong		Versie Peter van der Berg	
	Geen spelfouten	Wel spelfouten	Geen spelfouten	Wel spelfouten
<i>Aantrekkelijkheid</i>	3.93 (1.65)	5.23 (1.49)	4.07 (1.20)	4.78 (1.00)

Voor de niet-kenners hebben spelfouten in de tekstversie met Anna de Jong geen invloed op de aantrekkelijkheid ( $F(1,22)=3.97$ ,  $p=.06$ ). Spelfouten in de tekstversie met Peter van der Berg hebben voor de niet-kenners wel invloed op de aantrekkelijkheid ( $F(1,28)=4.75$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.15$ ). Niet-kenners vinden de brieven van Peter van der Berg met spelfouten aantrekkelijker dan de foutloze brieven van Peter van der Berg.



Tabel 9. Aantrekkelijkheid van de brieven volgens kenners, gesplitst op tekstversie en aan- of afwezigheid van spelfouten (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)

	Versie Anna de Jong		Versie Peter van der Berg	
	Geen spelfouten	Wel spelfouten	Geen spelfouten	Wel spelfouten
<i>Aantrekkelijkheid</i>	5.52 (1.05)	4.75 (1.06)	5.33 (.98)	3.88 (1.62)

Voor de kenners met tekstversie Anna de Jong hebben spelfouten invloed op de beoordeelde aantrekkelijkheid ( $F(1,50)=9.86$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.17$ ). Kenners vinden de brieven van Anna de Jong met spelfouten minder aantrekkelijk dan haar foutloze brieven. Dit geldt ook voor de brieven van Peter van der Berg ( $F(1,44)=19.22$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2=.30$ ). Kenners vinden de brieven van Peter van der Berg met spelfouten minder aantrekkelijk dan zijn foutloze brieven.

### 3.1.3 Imago van de zender

Het imago van de zender viel uiteen in drie constructen. Voor de totale steekproef hebben spelfouten invloed op het oordeel over de deskundigheid van de zender ( $F(1,156)=18.38$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2=.11$ ). De schrijver van een brief met spelfouten vindt men minder deskundig dan de schrijver van een foutloze brief. Spelfouten maken geen verschil voor de betrouwbaarheid van de zender ( $F(1,156)=1.79$ ,  $p=.18$ ), maar ze hebben voor de totale steekproef wel invloed op de aantrekkelijkheid van de zender ( $F(1,156)=5.11$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.03$ ). Men vindt de schrijver van een brief met spelfouten minder aantrekkelijk dan de schrijver van een foutloze brief. Het imago van een schrijver die spelfouten maakt wordt negatiever beoordeeld dan het imago van een schrijver die geen spelfouten maakt ( $F(1,156)=7.72$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.05$ ). Deze gemiddelde totaaloordeelen staan in Tabel 10a in bijlage N.

Uit een tweewegsvariantie-analyse met de factoren kenners/niet-kenners en spelfouten bleek een interactie-effect op deskundigheid ( $F(1,156)=46.39$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2=.23$ ), op betrouwbaarheid ( $F(1,156)=6.72$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.04$ ), op aantrekkelijkheid van de zender ( $F(1,156)=14.97$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2=.09$ ) en op het totale imago van de zender ( $F(1,156)=21.89$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2=.12$ ), dus er is gesplitst op kenners/niet-kenners. In Tabel 10 staan de gemiddelde oordelen over het imago van de schrijvers van de brieven.

Tabel 10. Oordeel over het imago van de zender van de brieven, gesplitst op kennis van spelling en aan- of afwezigheid van spelfouten (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)

	Niet-kenners		Kenners	
	Geen spelfouten	Wel spelfouten	Geen spelfouten	Wel spelfouten
<i>Deskundigheid</i>	3.94 (1.02)	4.65 (.91)	5.27 (.92)	3.71 (1.13)
<i>Betrouwbaarheid</i>	4.36 (.93)	4.73 (1.16)	4.97 (.98)	4.44 (1.04)
<i>Aantrekkelijkheid</i>	4.96 (.82)	5.38 (.97)	5.63 (.82)	4.86 (1.06)
<i>Imago van de zender totaal</i>	4.46 (.79)	4.93 (.88)	5.26 (.80)	4.40 (.93)

### *Deskundigheid*

Zoals in Tabel 10 te zien is vinden niet-kenners de schrijver van een foutloze brief minder deskundig dan de schrijver van een brief met spelfouten ( $F(1,54)=7.83$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.13$ ). Voor de kenners hebben spelfouten een ander effect op de beoordeelde deskundigheid ( $F(1,98)=66.38$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2=.40$ ). Zij vinden de schrijver van een brief met spelfouten juist minder deskundig dan de schrijver van een foutloze brief.

### *Betrouwbaarheid*

Spelfouten hebben voor de groep niet-kenners geen invloed op het oordeel over de betrouwbaarheid van de zender ( $F(1,54)=1.71$ ,  $p=.20$ ). Bij de kenners van spelling is er wel een effect ( $F(1,98)=7.09$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.07$ ). Uit Tabel 10 blijkt dat kenners de zender van een brief met spelfouten minder betrouwbaar vinden dan de zender van een foutloze brief.

### *Aantrekkelijkheid*

Of er spelfouten in een brief staan maakt voor het oordeel over de aantrekkelijkheid van de zender voor de niet-kenners geen verschil ( $F(1,54)=2.65$ ,  $p=.11$ ). Bij de kenners hebben spelfouten wel invloed ( $F(1,98)=18.80$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2=.16$ ). In Tabel 10 is te zien dat kenners de schrijver van een brief met spelfouten minder aantrekkelijk vinden dan de schrijver van een foutloze brief.

### *Totaal imago*

Niet-kenners van spelling beoordelen het imago van de zender van een brief met spelfouten positiever dan het imago van een zender van een foutloze brief ( $F(1,54)=4.20$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.07$ ). Voor de kenners van spelling hebben spelfouten ook invloed op het totaaloordeel over het imago van de zender ( $F(1,98)=27.59$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2=.22$ ). Het imago van de zender van een brief met spelfouten beoordelen zij minder positief dan het imago van de zender van een foutloze brief.

### **3.1.4 Pretentie van de schrijver**

Er werd verwacht dat mensen die spelfouten opmerkten, van mening zouden zijn dat de schrijver zich beter voordeed dan hij was, naar aanleiding van de genoemde accuratesse en precisie van de schrijver. Deze vraag over de schrijver viel in het cluster betrouwbaarheid van de zender. Voor de totale steekproef maken spelfouten in de brieven geen verschil voor de beoordeelde pretentie van de schrijver ( $F(1,156)=3.02$ ,  $p=.08$ ). Dit gemiddelde oordeel staat in Tabel 11a in bijlage N. Uit een tweewegsvariantie-analyse met de factoren kenners/niet-kenners en spelfouten bleek een interactie-effect op de vraag over het zich beter voordoen van de schrijver ( $F(1,156)=12.81$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2=.08$ ), dus er is gesplitst op kenners/niet-kenners. In Tabel 11 staan de gemiddelde oordelen op de vraag of de schrijver zich beter voordoet dan hij is.

*Tabel 11. Oordeel over pretentie van de schrijver van de brieven, gesplitst op kennis van spelling en aan- of afwezigheid van spelfouten (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)*

	Niet-kenners		Kenners	
	Geen spelfouten	Wel spelfouten	Geen spelfouten	Wel spelfouten
<i>De schrijver doet zich beter voor dan hij/zij is</i>	4.00 (1.06)	4.65 (1.52)	4.75 (1.37)	3.76 (1.42)

Of er spelfouten in de brief staan heeft voor de groep niet-kenners geen invloed op het antwoord op deze vraag ( $F(1,54)=3.57$ ,  $p=.06$ ). Zij vinden met een gemiddeld oordeel rond de 4.00 en 4.65

dat de schrijver zich niet echt beter voordoet dan hij is. Spelfouten hebben voor de groep kenners wel effect op het antwoord op deze vraag ( $F(1,98)=13.47$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2=.12$ ). Dit effect gaat tegen de verwachting in. Bij een brief met spelfouten vinden kenners minder sterk dat de schrijver zich beter voordoet dan hij is.

### 3.1.5 Attitude

In de vragenlijst stonden vier stellingen om de attitude en overtuigingskracht van de brieven te meten. Voor de totale steekproef maken spelfouten in de brieven verschil voor de attitude ( $F(1,156)=5.46$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.03$ ). De attitude is namelijk negatiever na het lezen van een brief met spelfouten dan na het lezen van een foutloze brief. Het oordeel op de attitude van alle proefpersonen is te zien in Tabel 12a in bijlage N. Uit een tweewegsvariantie-analyse met de factoren kenners/niet-kenners en spelfouten bleek een interactie-effect op de attitude ( $F(1,156)=13.10$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2=.08$ ), dus er is gesplitst op kenners/niet-kenners. In Tabel 12 staan de gemiddelde oordelen op de attitude.

Tabel 12. Attitude ten aanzien van de brieven, gesplitst op kennis van spelling en aan- of afwezigheid van spelfouten (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)

	Niet-kenners		Kenners	
	Geen spelfouten	Wel spelfouten	Geen spelfouten	Wel spelfouten
<i>Attitude</i>	3.78 (1.25)	4.33 (1.34)	5.13 (1.00)	4.17 (1.46)

Voor de niet-kenners hebben spelfouten geen invloed op de attitude ( $F(1,54)=2.69$ ,  $p=.12$ ). Bij de kenners hebben spelfouten wel invloed op de attitude ( $F(1,98)=17.06$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2=.15$ ). Een brief met spelfouten zorgt voor een minder positieve attitude in verhouding tot een foutloze brief. Dat komt duidelijk naar voren als de attitudestellingen los worden geanalyseerd. Kenners van spelling vinden bijvoorbeeld dat de schrijver van een brief met spelfouten zichzelf of de voetbalvereniging minder goed presenteert dan de schrijver van een foutloze brief ( $F(1,98)=15.84$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2=.14$ ). Zij vinden een brief met spelfouten ook minder overtuigend dan een foutloze brief ( $F(1,98)=9.67$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.09$ ). Daarnaast zijn kenners na het lezen van een brief met spelfouten minder sterk van mening dat de schrijver of het sponsorproject een aanwinst is voor het bedrijf dan na het lezen van een foutloze brief ( $F(1,98)=10.52$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.10$ ). Zij raden het bedrijf na het lezen van een brief met spelfouten minder sterk aan de schrijver uit te nodigen voor een gesprek ( $F(1,98)=10.40$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.10$ ).

### 3.1.6 Intentie

Twee stellingen bevroegen de intentie van de lezer. Proefpersonen moesten aangeven hoe groot zij de kans achtten dat de schrijver uitgenodigd zou worden voor een gesprek. Daarnaast beoordeelden proefpersonen de kans dat de schrijver voor de functie aangenomen werd of dat het bedrijf de voetbalvereniging zou gaan sponsoren. Voor de totale steekproef hebben spelfouten in de brieven geen invloed op de intentie ( $F(1,156)=2.70$ ,  $p=.10$ ). Dit gemiddelde oordeel op de intentie staat in Tabel 13a in bijlage N. Uit een tweewegsvariantie-analyse met de factoren kenners/niet-kenners en spelfouten bleek een interactie-effect op de intentie ( $F(1,156)=9.59$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.06$ ), dus er is gesplitst op kenners/niet-kenners. In Tabel 13 op de volgende pagina staan de oordelen op de intentie.

Tabel 13. Intentie na het lezen van de brieven, gesplitst op kennis van spelling en aan- of afwezigheid van spelfouten (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)

	Niet-kenners		Kenners	
	Geen spelfouten	Wel spelfouten	Geen spelfouten	Wel spelfouten
<i>Intentie</i>	3.29 (1.53)	3.91 (1.51)	4.44 (1.18)	3.58 (1.62)

Voor de niet-kenners maakt het voor de intentie niet uit of er spelfouten in een brief staan ( $F(1,54)=2.93$ ,  $p=.09$ ). Voor de kenners van spelling maakt dat wel uit ( $F(1,98)=12.18$ ,  $p=.001$ ,  $\eta^2=.11$ ). Kenners van spelling achten de kans dat de schrijver wordt uitgenodigd kleiner na het lezen van een brief met spelfouten dan na een foutloze brief ( $F(1,98)=11.97$ ,  $p=.001$ ,  $\eta^2=.11$ ). Zij achten de kans dat de schrijver voor de functie aangenomen wordt of dat het bedrijf de voetbalvereniging gaat sponsoren ook kleiner na het lezen van een brief met spelfouten ( $F(1,98)=10.27$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.10$ ).

## 3.2 De beoordeling van sollicitatiebrieven en sponsorbrieven

Er is ook gekeken naar de eventuele effecten van het soort brief op de afhankelijke variabelen. Deze worden nu per construct besproken.

### 3.2.1 Rapportcijfer

Het soort brief heeft voor de gehele steekproef geen invloed op het rapportcijfer ( $F(1,156)=1.45$ ,  $p=.23$ ). De gemiddelde rapportcijfers van de totale steekproef staan in Tabel 14a in bijlage N. In onderstaande Tabel 14 staan de gemiddelde rapportcijfers die niet-kenners en kenners aan de brieven geven.

Tabel 14. Rapportcijfer voor de sollicitatiebrief en sponsorbrief, gesplitst op kennis van spelling (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 10=positieve evaluatie)

	Niet-kenners		Kenners	
	Sollicitatiebrief	Sponsorbrief	Sollicitatiebrief	Sponsorbrief
Welk rapportcijfer geeft u aan de brief?	6.75 (1.01)	6.77 (1.37)	7.23 (.93)	6.92 (1.31)

Het soort brief heeft voor de niet-kenners geen invloed op het rapportcijfer ( $F(1,54)=.05$ ,  $p=.82$ ). Er is voor de kenners wel een effect van het soort brief ( $F(1,98)=4.87$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.05$ ), want de sollicitatiebrief krijgt van kenners gemiddeld een hoger cijfer dan de sponsorbrief.

### 3.2.2 Tekstwaardering

Voor de totale steekproef heeft het soort brief invloed op de begrijpelijkheid ( $F(1,156)=6.85$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.04$ ). De sponsorbrief vindt men namelijk minder begrijpelijk dan de sollicitatiebrief. De totale tekstwaardering voor de sponsorbrief is ook negatiever dan die voor de sollicitatiebrief ( $F(1,156)=8.53$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.05$ ). Deze oordelen van de hele steekproef staan in Tabel 15a in bijlage N. In de volgende Tabel 15 zijn de oordelen van niet-kenners en kenners op de tekstwaardering te zien.

Tabel 15. Waardering van de sollicitatiebrief en sponsorbrief, gesplitst op kennis van spelling (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)

	Niet-kenners		Kenners	
	Sollicitatiebrief	Sponsorbrief	Sollicitatiebrief	Sponsorbrief
Begrijpelijkheid	4.74 (1.37)	4.02 (1.34)	5.23 (1.08)	4.86 (1.39)
Totaal tekstwaardering	4.84 (1.20)	4.13 (1.31)	5.20 (1.05)	4.79 (1.26)

#### Begrijpelijkheid

Het soort brief heeft voor de niet-kenners invloed op het oordeel over de begrijpelijkheid ( $F(1,54)=5.92$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.10$ ). Uit Tabel 15 blijkt dat de sponsorbrief met een gemiddeld oordeel van 4.02 en 4.86 als minder begrijpelijk wordt beoordeeld dan de sollicitatiebrief. De kenners vinden de sponsorbrief ook minder begrijpelijk dan de sollicitatiebrief ( $F(1,98)=3.95$ ,  $p=.05$ ,  $\eta^2=.04$ ).

### *Tekstwaardering totaal*

De sollicitatiebrief krijgt van de niet-kenners een hoger oordeel op de tekstwaardering dan de sponsorbrief ( $F(1,54)=6.39$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.11$ ). De kenners waarden de sollicitatiebrief gemiddeld ook hoger dan de sponsorbrief ( $F(1,98)=6.33$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.06$ ).

### *Aantrekkelijkheid per tekstversie*

Voor de totale steekproef maakt het soort brief van Anna de Jong geen verschil voor de aantrekkelijkheid van de brief ( $F(1,76)=2.42$ ,  $p=.12$ ), maar het soort brief van Peter van der Berg maakt wel verschil ( $F(1,76)=5.73$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.07$ ). De sponsorbrief van Peter van der Berg vinden proefpersonen namelijk minder aantrekkelijk dan zijn sollicitatiebrief. Dit is te zien in Tabel 16a in bijlage N. In onderstaande Tabel 16 en Tabel 17 staan de gemiddelde oordelen op de aantrekkelijkheid van de brieven van de niet-kenners en kenners, gesplitst op tekstversie (Anna de Jong en Peter van der Berg) en aan- of afwezigheid van spelfouten.

*Tabel 16. Aantrekkelijkheid van de sollicitatiebrief en sponsorbrief volgens niet-kenners, gesplitst op tekstversie (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)*

	<b>Versie Anna de Jong</b>		<b>Versie Peter van der Berg</b>	
	<b>Sollicitatiebrief</b>	<b>Sponsorbrief</b>	<b>Sollicitatiebrief</b>	<b>Sponsorbrief</b>
<i>Aantrekkelijkheid</i>	5.24 (1.22)	4.36 (1.85)	4.76 (1.21)	4.22 (1.02)

Voor de niet-kenners met tekstversie Anna de Jong heeft het soort brief geen invloed op de aantrekkelijkheid ( $F(1,22)=1.72$ ,  $p=.20$ ). Ook voor de niet-kenners met de tekstversie Peter van der Berg maakt het soort brief geen verschil ( $F(1,28)=2.98$ ,  $p=.10$ ).

*Tabel 17. Aantrekkelijkheid van de sollicitatiebrief en sponsorbrief volgens kenners, gesplitst op tekstversie (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)*

	<b>Versie Anna de Jong</b>		<b>Versie Peter van der Berg</b>	
	<b>Sollicitatiebrief</b>	<b>Sponsorbrief</b>	<b>Sollicitatiebrief</b>	<b>Sponsorbrief</b>
<i>Aantrekkelijkheid</i>	5.26 (1.07)	5.08 (1.18)	5.04 (1.50)	4.26 (1.39)

Voor de kenners met tekstversie Anna de Jong heeft het soort brief geen invloed op de aantrekkelijkheid van de brief ( $F(1,50)=1.17$ ,  $p=.29$ ). Het soort brief heeft wel een effect op het oordeel van de kenners met tekstversie Peter van der Berg ( $F(1,44)=7.47$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.15$ ). Zij vinden de sponsorbrief van Peter van der Berg minder aantrekkelijk dan de sollicitatiebrief.

### **3.2.3 Imago van de zender**

Voor de totale steekproef heeft het soort brief geen invloed op de beoordeelde deskundigheid van de zender ( $F(1,156)=.29$ ,  $p=.59$ ), de betrouwbaarheid van de zender ( $F(1,156)=.22$ ,  $p=.64$ ), de beoordeelde aantrekkelijkheid van de zender ( $F(1,156)=.07$ ,  $p=.79$ ) en ook niet op het totale imago van de zender ( $F(1,156)=.00$ ,  $p=.97$ ). Deze gemiddelde oordelen staan in Tabel 18a in bijlage N. In Tabel 18 op de volgende pagina staan de gemiddelde oordelen van niet-kenners en kenners over het imago van de schrijver van de sollicitatie- en sponsorbrief.

Tabel 18. Oordeel over het imago van de zender van de sollicitatiebrief en sponsorbrief, gesplitst op kennis van spelling (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)

	Niet-kenners		Kenners	
	Sollicitatiebrief	Sponsorbrief	Sollicitatiebrief	Sponsorbrief
<i>Deskundigheid</i>	4.41 (.99)	4.31 (1.04)	4.60 (1.14)	4.53 (1.43)
<i>Betrouwbaarheid</i>	4.63 (1.03)	4.54 (1.13)	4.64 (.95)	4.84 (1.12)
<i>Aantrekkelijkheid</i>	5.13 (.81)	5.27 (1.02)	5.35 (.90)	5.21 (1.12)
<i>Imago van de zender totaal</i>	4.74 (.76)	4.73 (.96)	4.87 (.84)	4.88 (1.09)

#### *Deskundigheid*

Het soort brief heeft geen invloed op het oordeel over de deskundigheid van de zender voor de niet-kenners ( $F(1,54)=.28$ ,  $p=.60$ ) en ook niet voor de kenners van spelling ( $F(1,98)=1.38$ ,  $p=.24$ ).

#### *Betrouwbaarheid*

Er is op het oordeel over de betrouwbaarheid van de zender geen verschil tussen de soorten brieven bij de niet-kenners ( $F(1,54)=.14$ ,  $p=.71$ ) en kenners ( $F(1,98)=.42$ ,  $p=.52$ ).

#### *Aantrekkelijkheid*

De verschillende brieven hebben geen effect op het oordeel over de aantrekkelijkheid van de brieven voor de groep niet-kenners ( $F(1,54)=.14$ ,  $p=.71$ ) en ook niet voor de kenners ( $F(1,98)=1.43$ ,  $p=.24$ ).

#### *Totaal imago*

Het soort brief maakt voor niet-kenners geen verschil voor het totaaloordeel over het imago van de zender ( $F(1,54)=.05$ ,  $p=.82$ ). Het maakt bij de kenners ook niet uit om wat voor brief het gaat ( $F(1,98)=.21$ ,  $p=.65$ ).

### 3.2.4 Pretentie van de schrijver

Er is voor de totale steekproef geen verschil tussen de brieven wat betreft de pretentie van de schrijver ( $F(1,156)=1.38$ ,  $p=.24$ ). Dit is te zien in Tabel 19a in bijlage N. In onderstaande Tabel 19 staan de gemiddelde oordelen van niet-kenners en kenners op de vraag of de schrijver zich beter voordoet dan hij is, gesplitst op soort brief.

Tabel 19. Oordeel over pretentie van de schrijver van de sollicitatiebrief en sponsorbrief, gesplitst op kennis van spelling (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)

	Niet-kenners		Kenners	
	Sollicitatiebrief	Sponsorbrief	Sollicitatiebrief	Sponsorbrief
<i>De schrijver doet zich beter voor dan hij/zij is</i>	4.50 (1.18)	4.28 (1.53)	4.06 (1.46)	4.58 (1.44)

Het soort brief heeft voor niet-kenners van spelling geen invloed op het antwoord op de vraag of

de schrijver zich beter voordoet dan hij is ( $F(1,54)=.43$ ,  $p=.52$ ). Voor de groep kenners is er ook geen effect van het soort brief ( $F(1,98)=2.29$ ,  $p=.13$ ). Ze vinden met een gemiddeld oordeel rond de 4.06 en 4.58 dat de schrijver zich niet echt beter voordoet dan hij is.

### 3.2.5 Attitude

Voor de gehele steekproef heeft het soort brief geen invloed op de attitude ( $F(1,156)=1.58$ ,  $p=.21$ ). Het oordeel van de totale steekproef staat in Tabel 20a in bijlage N. In onderstaande Tabel 20 staan de gemiddelde oordelen van de niet-kenners en kenners op de attitude, gesplitst op soort brief.

Tabel 20. Attitude ten aanzien van de sollicitatiebrief en sponsorbrief, gesplitst op kennis van spelling (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)

	Niet-kenners		Kenners	
	Sollicitatiebrief	Sponsorbrief	Sollicitatiebrief	Sponsorbrief
Attitude	4.28 (1.33)	3.96 (1.31)	4.77 (1.28)	4.61 (1.35)

Voor niet-kenners van spelling heeft het soort brief geen invloed op de attitude ( $F(1,54)=1.15$ ,  $p=.29$ ). Het soort brief maakt voor kenners ook geen verschil voor de attitude ( $F(1,98)=1.23$ ,  $p=.27$ ). Uit Tabel 20 blijkt dat de gemiddelde attitudes bij beide brieven ongeveer gelijk liggen.

### 3.2.6 Intentie

Het soort brief heeft voor de totale steekproef invloed op de intentie ( $F(1,156)=10.10$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.06$ ). De intentie is namelijk negatiever na het lezen van de sponsorbrief dan na het lezen van de sollicitatiebrief. Deze gemiddelde oordelen staan in Tabel 21a in bijlage N. In onderstaande Tabel 21 staan de oordelen van niet-kenners en kenners op de intentievragen, gesplitst op soort brief.

Tabel 21. Intentie na het lezen van de sollicitatiebrief en sponsorbrief, gesplitst op kennis van spelling (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)

	Niet-kenners		Kenners	
	Sollicitatiebrief	Sponsorbrief	Sollicitatiebrief	Sponsorbrief
Intentie	4.08 (1.47)	3.31 (1.53)	4.36 (1.34)	3.70 (1.50)

De intentie van niet-kenners is minder sterk na het lezen van een sponsorbrief ( $F(1,54)=4.53$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.08$ ). Niet-kenners achten de kans dat de schrijver uitgenodigd wordt voor een gesprek het kleinst na het lezen van een sponsorbrief ( $F(1,54)=4.75$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.08$ ). Gemiddeld zorgt de sollicitatiebrief bij kenners voor de meest positieve intentie ( $F(1,98)=8.09$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.08$ ). De kans dat de schrijver uitgenodigd wordt voor een gesprek achten kenners het kleinst bij een sponsorbrief ( $F(1,98)=10.97$ ,  $p=.001$ ,  $\eta^2=.10$ ). De kans dat het bedrijf de voetbalvereniging gaat sponsoren wordt na het lezen van een sponsorbrief kleiner geschat dan de kans dat de schrijver voor de functie aangenomen wordt na het lezen van een sollicitatiebrief ( $F(1,98)=4.23$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.04$ ).



### 3.3 De beoordeling van spelfouten in sollicitatiebrieven en sponsorbrieven

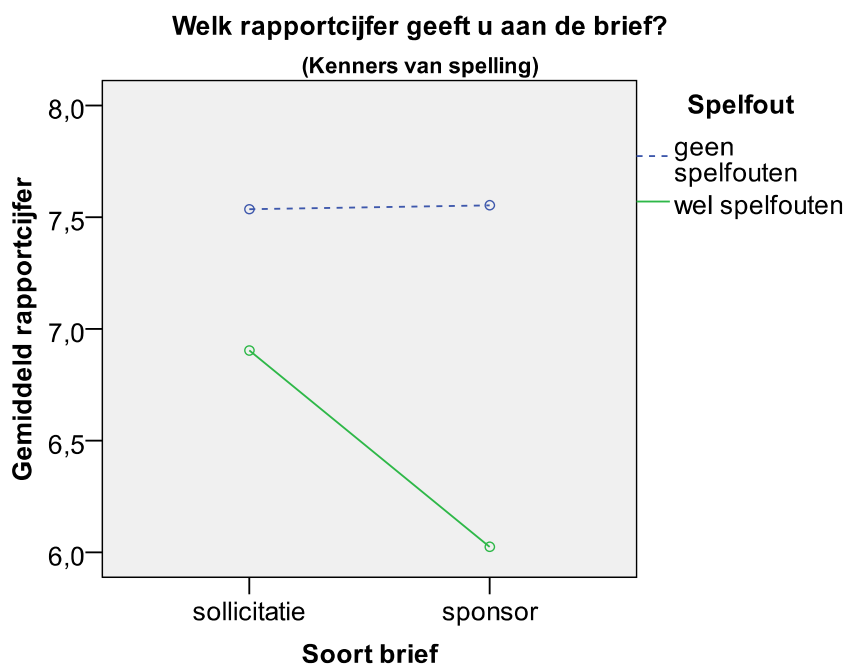
Voor alle clusters en enkele losse vragen is bekeken of er een interactie-effect is tussen spelfout en het soort brief. Deze effecten worden nu besproken.

#### 3.3.1 Rapportcijfer

Voor de gehele steekproef is er geen interactie-effect tussen spelfout en het soort brief op het rapportcijfer ( $F(1,156)=.86$ ,  $p=.36$ ). Er is voor de niet-kenners ook geen interactie-effect tussen spelfout en soort brief op het rapportcijfer ( $F(1,54)=.18$ ,  $p=.67$ ). Voor de kenners van spelling is er wel een interactie-effect ( $F(1,98)=5.28$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.05$ ). Hiervan staan de gemiddelde rapportcijfers in onderstaande Tabel 22. Kenners geven ongeveer eenzelfde rapportcijfer aan de sollicitatie- en sponsorbrief zonder spelfouten, maar de sponsorbrief met spelfouten krijgt een lager cijfer dan de sollicitatiebrief met spelfouten. Er is wat betreft rapportcijfer voor de kenners een significant verschil tussen de sollicitatiebrief met en zonder spelfouten ( $F(1,52)=7.00$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.12$ ) en ook tussen de sponsorbrief met en zonder spelfouten ( $F(1,46)=23.48$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2=.34$ ). In Figuur 2 staat de grafische weergave van het interactie-effect.

Tabel 22. Rapportcijfer voor de sollicitatiebrief en sponsorbrief, gesplitst op kennis van spelling en aan- of afwezigheid van spelfouten (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 10=positieve evaluatie)

	Niet-kenners		Kenners	
	Geen spelfouten	Wel spelfouten	Geen spelfouten	Wel spelfouten
Rapportcijfer sollicitatiebrief	6.42 (1.14)	7.04 (.82)	7.54 (.72)	6.90 (1.02)
Rapportcijfer sponsorbrief	6.21 (1.44)	7.10 (1.25)	7.55 (.72)	6.03 (1.44)



Figuur 2. Interactie-effect voor de groep kenners op het rapportcijfer

### 3.3.2 Tekstwaardering

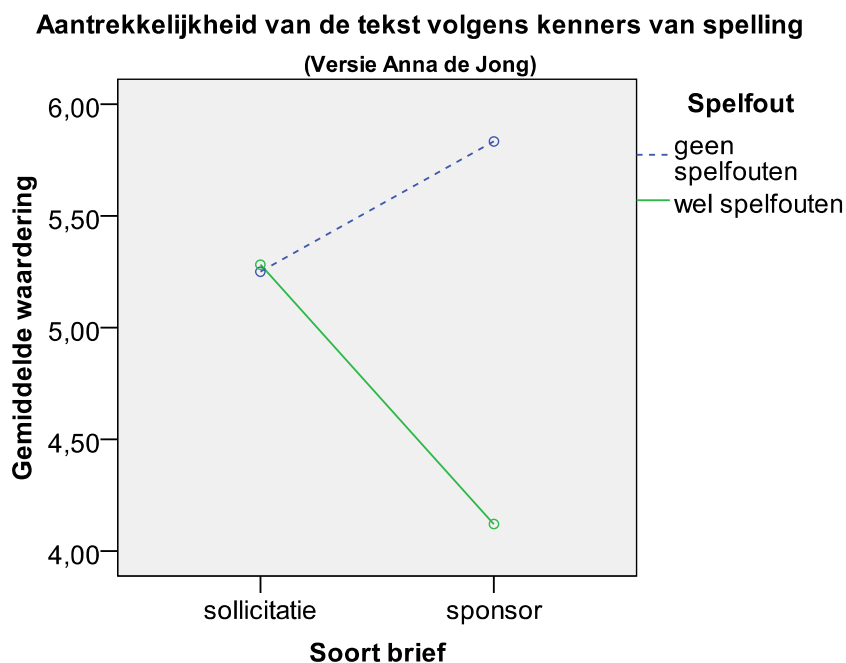
Er is voor de totale steekproef geen interactie-effect tussen spelfout en het soort brief op de begrijpelijkheid ( $F(1,156)=.82$ ,  $p=.37$ ). Er is ook geen interactie-effect op de tekstwaardering ( $F(1,156)=1.56$ ,  $p=.21$ ), de aantrekkelijkheid van versie Anna de Jong ( $F(1,76)=3.40$ ,  $p=.70$ ) en ook niet op de aantrekkelijkheid van versie Peter van der Berg ( $F(1,76)=.07$ ,  $p=.80$ ). Voor de niet-kenners is er ook geen interactie-effect tussen spelfout en het soort brief op de begrijpelijkheid ( $F(1,54)=.15$ ,  $p=.70$ ). Een interactie-effect blijft bij de kenners eveneens uit ( $F(1,98)=2.45$ ,  $p=.12$ ). Op de totale tekstwaardering is er geen interactie-effect tussen spelfout en het soort brief voor de niet-kenners ( $F(1,54)=.00$ ,  $p=1.00$ ) en ook niet voor de kenners van spelling ( $F(1,98)=3.89$ ,  $p=.052$ ).

#### *Aantrekkelijkheid per tekstversie*

Er is voor de niet-kenners met de tekstversie Anna de Jong geen interactie-effect tussen spelfout en het soort brief op de aantrekkelijkheid ( $F(1,22)=.00$ ,  $p=.97$ ). Ook voor de tekstversie Peter van der Berg blijft dit effect uit ( $F(1,28)=.41$ ,  $p=.53$ ). Bij de groep kenners met tekstversie Anna de Jong is er wel een interactie-effect tussen spelfout en het soort brief op de aantrekkelijkheid ( $F(1,50)=10.63$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.18$ ). De gemiddelde oordelen over de aantrekkelijkheid staan per tekstversie in Tabel 23. De aantrekkelijkheid van de sollicitatiebrief van Anna de Jong met en zonder spelfouten is praktisch gelijk, maar de sponsorbrief van Anna de Jong met spelfouten wordt door kenners aanzienlijk als minder aantrekkelijk beoordeeld dan de sponsorbrief zonder spelfouten. In Figuur 3 op de volgende pagina is dit interactie-effect grafisch weergegeven. Er is geen interactie-effect voor de kenners met tekstversie Peter van der Berg ( $F(1,44)=.03$ ,  $p=.87$ ).

*Tabel 23. Aantrekkelijkheid van de sollicitatiebrief en sponsorbrief volgens kenners, gesplitst op tekstversie en aan- of afwezigheid van spelfouten (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)*

	Versie Anna de Jong		Versie Peter van der Berg	
	Geen spelfouten	Wel spelfouten	Geen spelfouten	Wel spelfouten
<i>Aantrekkelijkheid sollicitatiebrief</i>	5.25 (1.21)	5.28 (.90)	5.83 (.87)	4.31 (1.61)
<i>Aantrekkelijkheid sponsorbrief</i>	5.83 (.76)	4.12 (.90)	4.90 (.87)	3.26 (1.49)



Figuur 3. Interactie-effect voor de groep kenners op de aantrekkelijkheid van de brieven van Anna de Jong

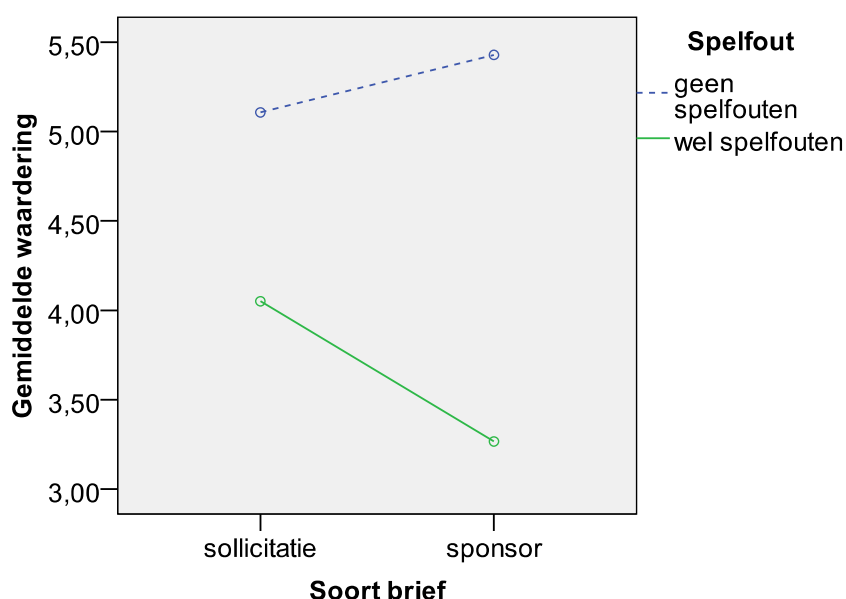
### 3.3.3 Imago van de zender

Er is voor de gehele steekproef geen interactie-effect tussen spelfout en het soort brief op de deskundigheid van de zender ( $F(1,156)=3.26$ ,  $p=.07$ ), ook niet op de betrouwbaarheid van de zender ( $F(1,156)=1.50$ ,  $p=.22$ ), de aantrekkelijkheid van de zender ( $F(1,156)=.30$ ,  $p=.58$ ) en er is geen interactie-effect op het totale imago van de zender ( $F(1,156)=1.79$ ,  $p=.18$ ). Voor de niet-kenners is er ook geen interactie-effect tussen spelfout en het soort brief op de deskundigheid van de zender ( $F(1,54)=.28$ ,  $p=.60$ ). Bij de kenners is er wel een interactie-effect ( $F(1,98)=7.84$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.07$ ). Hiervan staan de gemiddelde oordelen in onderstaande Tabel 24. Het oordeel van kenners over de deskundigheid ligt bij een foutloze brief ongeveer gelijk, maar de schrijver van de sponsorbrief met spelfouten vinden zij minder deskundig dan de schrijver van de sollicitatiebrief met spelfouten. Het verschil in beoordeelde deskundigheid tussen de sollicitatiebrief met en zonder spelfouten is significant ( $F(1,52)=14.55$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2=.22$ ), net zoals het verschil tussen de sponsorbrief met en zonder spelfouten ( $F(1,46)=59.89$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2=.57$ ). In Figuur 4 staat de grafische weergave van het interactie-effect.

Tabel 24. Deskundigheid van de zender van de sollicitatiebrief en sponsorbrief, gesplitst op kennis van spelling en aan- of afwezigheid van spelfouten (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)

	Niet-kenners		Kenners	
	Geen spelfouten	Wel spelfouten	Geen spelfouten	Wel spelfouten
Deskundigheid zender sollicitatiebrief	3.94 (.87)	4.81 (.93)	5.12 (.89)	4.05 (1.14)
Deskundigheid zender sponsorbrief	3.94 (1.19)	4.53 (.90)	5.43 (.94)	3.27 (.97)

### Deskundigheid van de zender volgens kenners van spelling

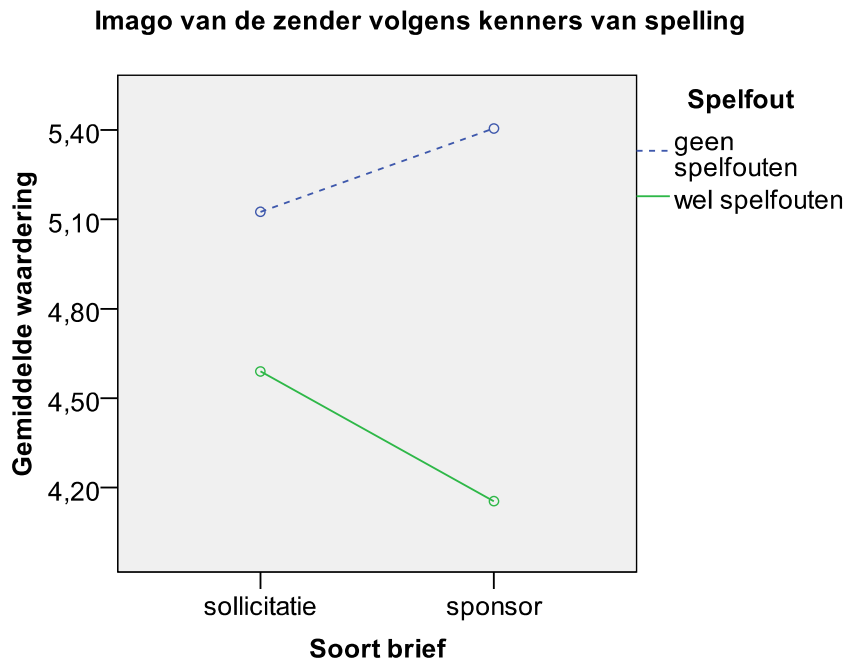


Figuur 4. Interactie-effect voor de groep kenners op de deskundigheid van de zender

Op het oordeel over de betrouwbaarheid van de zender is geen interactie-effect bij de groep niet-kenners ( $F(1,54)=.08$ ,  $p=.78$ ) of kenners ( $F(1,98)=2.02$ ,  $p=.16$ ). Er is ook geen interactie-effect tussen spelfout en het soort brief op het oordeel over de aantrekkelijkheid van de zender voor de niet-kenners ( $F(1,54)=.29$ ,  $p=.59$ ) en kenners ( $F(1,98)=2.65$ ,  $p=.11$ ). Er is voor de niet-kenners geen interactie-effect op het totale imago van de zender ( $F(1,54)=.01$ ,  $p=.93$ ), maar wel bij de groep met kennis van spelling ( $F(1,98)=4.43$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.04$ ). De gemiddelde oordelen staan in Tabel 25. Het verschil in imago-oordeel tussen een sollicitatiebrief met en zonder spelfouten is kleiner dan het verschil in imago-oordeel tussen een sponsorbrief met en zonder spelfouten. Kenners beoordelen het imago van de zender van de sponsorbrief met spelfouten veel minder positief in verhouding tot een foutloze sponsorbrief. Er is voor het imago van de zender een significant verschil tussen de sollicitatiebrief met en zonder spelfouten ( $F(1,52)=6.05$ ,  $p<.05$ ,  $\eta^2=.10$ ) en ook tussen de sponsorbrief met en zonder spelfouten ( $F(1,46)=22.29$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2=.33$ ). In Figuur 5 is het interactie-effect grafisch weergegeven.

Tabel 25. Waardering van het imago van de zender van de sollicitatiebrief en sponsorbrief, gesplitst op kennis van spelling en aan- of afwezigheid van spelfouten (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)

	Niet-kenners		Kenners	
	Geen spelfouten	Wel spelfouten	Geen spelfouten	Wel spelfouten
Totaal imago zender sollicitatiebrief	4.48 (.70)	4.97 (.76)	5.13 (.66)	4.59 (.93)
Totaal imago zender sponsorbrief	4.44 (.90)	4.90 (.98)	5.40 (.91)	4.15 (.90)



Figuur 5. Interactie-effect voor de groep kenners op het imago van de zender

### 3.3.4 Pretentie van de schrijver

Er is voor de totale steekproef geen interactie-effect tussen spelfout en het soort brief op de pretentie van de schrijver ( $F(1,156)=3.02$ ,  $p=.08$ ). Op de vraag of de schrijver zich beter voordoet dan hij is, is geen interactie-effect tussen spelfout en het soort brief voor de groep niet-kenners ( $F(1,54)=.43$ ,  $p=.52$ ) en ook niet voor de kenners van spelling ( $F(1,98)=3.64$ ,  $p=.06$ ).

### 3.3.5 Attitude

Voor de totale steekproef is er geen interactie-effect tussen spelfout en het soort brief op de attitude ( $F(1,156)=1.16$ ,  $p=.28$ ). Er is ook geen interactie-effect tussen spelfout en het soort brief op de attitude van niet-kenners ( $F(1,54)=.03$ ,  $p=.87$ ) en kenners ( $F(1,98)=2.76$ ,  $p=.10$ ).

### 3.3.6 Intentie

Er is voor de totale steekproef geen interactie-effect tussen spelfout en het soort brief op de intentie ( $F(1,156)=.51$ ,  $p=.48$ ). Op de intentie is voor niet-kenners ( $F(1,54)=.15$ ,  $p=.71$ ) en kenners ( $F(1,98)=2.10$ ,  $p=.15$ ) ook geen interactie-effect tussen spelfout en het soort brief.

### 3.4 Thought listing

Van alle 160 proefpersonen vulden er 153 na het lezen van de brief één of meer gedachten in op het *thought listing*-formulier. Er waren in totaal 188 gedachten over de brieven zonder spelfouten en 226 gedachten over de brieven met spelfouten. Er is per proefpersoon genoteerd of er minimaal één keer een opmerking werd gemaakt over eventuele spelfouten en de schrijver. De opmerkingen over de schrijver konden positief of negatief zijn. Gedachten over de opzet en inhoud van de brief zijn niet gecodeerd. De volgorde van de genoemde gedachten (één tot en met vijf) speelde in de analyse geen rol.

Tabel 26. Aantal proefpersonen dat iets opmerkt over spelfouten in de sollicitatiebrief en sponsorbrief, gesplitst op aan- of afwezigheid van spelfouten

	Sollicitatiebrief		Sponsorbrief	
	Geen spelfouten	Wel spelfouten	Geen spelfouten	Wel spelfouten
<i>Spelfouten niet genoemd</i>	39 (97,5%)	27 (67,5%)	40 (100%)	24 (60%)
<i>Spelfouten wel genoemd</i>	1 (2,5%)	13 (32,5%)	0	16 (40%)
<i>Totaal</i>	40	40	40	40

Er blijkt een verschil in de verhouding van het wel of niet noemen van de spelfouten tussen de verschillende condities ( $\chi^2(7)=33.31, p<.001$ ). Zoals in Tabel 26 te zien is komt dat doordat in de condities zonder spelfouten de fouten nooit tot bijna nooit (bij de foutloze sollicitatiebrief één keer) worden genoemd en in de condities met spelfouten wel. De spelfouten in de sollicitatiebrief worden door 32,5 procent van de veertig proefpersonen genoemd en die in de sponsorbrief door veertig procent van de veertig lezers. De spelfouten worden in beide brieven dus door minder dan de helft van de lezers opgemerkt. In Tabel 27 staat het aantal proefpersonen dat iets opmerkt over de schrijvers van de brieven.

Tabel 27. Aantal proefpersonen dat iets opmerkt over de schrijver van de sollicitatiebrief en sponsorbrief, gesplitst op aan of afwezigheid van spelfouten

	Sollicitatiebrief		Sponsorbrief	
	Geen spelfouten	Wel spelfouten	Geen spelfouten	Wel spelfouten
<i>Schrijver niet genoemd</i>	24 (60%)	20 (50%)	34 (85%)	30 (75%)
<i>Schrijver wel genoemd</i>	16 (40%)	20 (50%)	6 (15%)	10 (25%)
<i>Totaal</i>	40	40	40	40

Er is een verschil in de verhouding van het wel of niet hebben van gedachten over de schrijver tussen de condities ( $\chi^2(7)=15.50, p<.05$ ). In Tabel 27 is te zien dat de schrijver gemiddeld het meest wordt genoemd door lezers van een brief met spelfouten. Er is geen verschil in de verhouding van positieve en negatieve gedachten over de schrijver tussen de condities ( $\chi^2(7)=12.95, p=.07$ ). Tijdens en na het lezen van een foutloze sollicitatiebrief heeft veertig procent van de veertig lezers gedachten over de schrijver. Van deze zestien mensen denken er zeven negatief over de schrijver. Bij de sollicitatiebrief met spelfouten heeft vijftig procent van de lezers gedachten over de schrijver, waarvan de helft negatief is. De sponsorbrief roept minder gedachten over de schrijver op. De foutloze sponsorbrief genereert bij vijftien procent van de veertig lezers negatieve gedachten over de schrijver. En van de 25 procent lezers die gedachten hebben over de schrijver van de sponsorbrief met spelfouten, hebben negen mensen negatieve gedachten.

## 4. Conclusie

Uit dit onderzoek blijkt dat spelfouten een negatieve invloed hebben op de tekstwaardering, overtuigingskracht en het imago van de zender. Deze invloed is bij splitsing op kennis van spelling het sterkst voor de groep proefpersonen met kennis van spelling. Gemiddeld is het negatieve effect van spelfouten het grootst voor de sponsorbrief.

### **Effecten van spelfouten voor de totale steekproef**

Uit de analyses over de totale steekproef blijkt dat spelfouten invloed hebben op het rapportcijfer voor de brieven. Een brief met spelfouten krijgt een iets lager rapportcijfer dan een foutloze brief. Het soort brief maakt voor het rapportcijfer geen verschil. Spelfouten hebben voor de totale steekproef geen invloed op de tekstwaardering. De proefpersonen vinden een brief van Peter van der Berg met spelfouten wel minder aantrekkelijk dan zijn foutloze brief. De schrijver van een brief met spelfouten vindt men ook minder deskundig en minder aantrekkelijk dan de schrijver van een foutloze brief. Het imago van een schrijver die spelfouten maakt wordt door de totale steekproef negatiever beoordeeld dan het imago van een schrijver die geen spelfouten maakt. De attitude van de totale steekproef is negatiever na het lezen van een brief met spelfouten dan na het lezen van een foutloze brief, maar op de intentie hebben spelfouten geen invloed.

De totale steekproef vindt de sponsorbrief minder begriepelijk dan de sollicitatiebrief. De totale tekstwaardering voor de sponsorbrief is ook negatiever dan die voor de sollicitatiebrief. De sponsorbrief van Peter van der Berg vinden proefpersonen minder aantrekkelijk dan zijn sollicitatiebrief. Verder heeft het soort brief geen invloed op het imago van de zender en de attitude, maar wel op de intentie. De intentie is namelijk negatiever na het lezen van de sponsorbrief dan na het lezen van de sollicitatiebrief. Er is voor de totale steekproef alleen een interactie-effect tussen spelfout en het soort brief op het beoordeelde realisme van de brieven. Het oordeel over de brieven zonder spelfouten ligt voor de kenners aardig dicht bij elkaar, maar de sponsorbrief met spelfouten wordt aanzienlijk minder realistisch beoordeeld dan de sollicitatiebrief met spelfouten.

### **Effecten van spelfouten voor niet-kenners en kenners van spelling**

Kenners van spelling waarderen een brief met spelfouten negatiever dan een foutloze brief. Niet-kenners denken er echter anders over. Zij waarderen een foutloze brief negatiever dan een brief met spelfouten. Hypothese één wordt dus maar door een deel van de proefpersonen bevestigd. De reactie van de kenners sluit in ieder geval aan op eerder onderzoek van Jansen (2010) waarin verschillende soorten spelfouten in directmailbrieven een negatieve invloed hadden op de tekstwaardering, maar ook op het imago van de zender en de gedragsintenties van de lezer. Zowel de niet-kenners als de kenners vinden de sollicitatiebrief begriepelijker en waarderen deze positiever dan de sponsorbrief.

Kenners van spelling vinden een brief met spelfouten minder overtuigend dan een foutloze brief. Zij vinden dat de schrijver zichzelf of de voetbalvereniging minder goed presenteert dan in een foutloze brief. Kenners zijn minder sterk van mening dat de schrijver of het sponsorproject een aanwinst is voor het bedrijf en raden het bedrijf na het lezen van een brief met spelfouten minder sterk aan de schrijver uit te nodigen voor een gesprek. Voor niet-kenners hebben spelfouten geen invloed op de attitude en het soort brief maakt voor beide groepen geen verschil. Hypothese twee wordt dus door de groep kenners bevestigd. Dit sluit aan op onderzoek van Rijk (2008) naar het effect van spelfouten in sollicitatiebrieven op tekstwaardering, imago van de zender en overtuigingskracht. Haar proefpersonen vonden een sollicitatiebrief met spelfouten en de Nederlandse schrijver ervan minder overtuigend.

Volgens het *Integrative model of behavioral prediction* van Fishbein en Yzer (2003, in Hoeken et al., 2009) is de attitude een van de belangrijkste determinanten van gedrag. Als de

lezer positief over de zender denkt, is er een grote kans dat hij de schrijver zal uitnodigen voor een gesprek. Dat is in de resultaten van dit onderzoek ook te zien. De negatieve attitude van de groep kenners is namelijk door te trekken naar hun negatieve intentie. Kenners van spelling achten de kans dat de schrijver wordt uitgenodigd kleiner na het lezen van een brief met spelfouten dan na een foutloze brief. Zij achten de kans dat de schrijver voor de functie aangenomen wordt of dat het bedrijf de voetbalvereniging gaat sponsoren ook kleiner na het lezen van een brief met spelfouten. Voor niet-kenners hebben spelfouten geen invloed op de intentie. Gemiddeld zorgt de sollicitatiebrief bij zowel de niet-kenners als de kenners voor de meest positieve intentie.

Kenners vinden een brief met spelfouten minder realistisch dan een foutloze brief. Voor de niet-kenners maakt het voor het realisme van de brieven niet uit of er spelfouten in staan. Er is voor beide groepen ook geen verschil in het beoordeelde realisme van de sollicitatiebrief en de sponsorbrief. Dit ligt in lijn met de resultaten van Jansen (2010). Daaruit bleek dat de manipulatie door proefpersonen was opgemerkt en dat beïnvloedde het realisme van de brief negatief.

### **Het imago van de zender volgens niet-kenners en kenners van spelling**

Kenners beoordelen het imago van de zender van een brief met spelfouten negatiever dan het imago van de zender van een foutloze brief. Ze vinden de schrijver van een brief met spelfouten minder deskundig, minder betrouwbaar en minder aantrekkelijk dan de schrijver van een foutloze brief. Het oordeel van de niet-kenners staat hier haaks op. Zij beoordelen het imago van de schrijver van een brief met spelfouten juist positiever dan het imago van de schrijver van een foutloze brief. Hypothese drie wordt dus door de kenners van spelling bevestigd. Dit sluit aan op onderzoek van Rijk (2008). De proefpersonen uit haar onderzoek vonden de zender van een sollicitatiebrief met spelfouten ook minder deskundig en minder betrouwbaar dan de zender van een foutloze brief. En in het eerste experiment van Jansen (2010) werd het imago van de onderneming in een directmailbrief ook negatief beïnvloed door spelfouten. Wat betreft het oordeel over het imago van de zender is er voor zowel de niet-kenners als de kenners van spelling geen verschil tussen de sollicitatiebrief en sponsorbrief.

Ik verwachtte dat mensen die spelfouten opmerkten, van mening zouden zijn dat de schrijver zich beter voordoet dan hij is. In de brieven spreekt de schrijver namelijk over zijn of haar zogenaamde accuratesse en precisie. Het effect van de spelfouten gaat tegen de verwachting in. Bij een brief met spelfouten vinden mensen die de spelfouten opmerken minder sterk dat de schrijver zich beter voordoet dan hij is. Dit spreekt de *Language Expectancy Theory* van Burgoon en Miller tegen (1985, in Kloet et al., 2003). Als iemand die zegt accuraat en precies te zijn toch spelfouten maakt, zou dat blijk geven van ondeskundigheid en tot een negatiever imago van de zender moeten leiden. De spelfouten 'lekken' dan informatie over de ware aard van de schrijver (Sher & McKenzie, 2006). De proefpersonen in dit onderzoek reageren dus niet op die manier. Voor de groep niet-kenners is er, zoals verwacht, geen effect van spelfout of soort brief op de vraag of de schrijver zich beter voordoet dan hij is.

De meerderheid van de proefpersonen heeft bij brieven met en zonder spelfouten geen gedachten over de schrijver, of deze in ieder geval niet opgeschreven. Werd de schrijver wel genoemd, dan was dit zoals verwacht vooral door lezers van een brief met spelfouten. Dit sluit aan op het onderzoek van De Roo (2010) naar de effecten van d/t-fouten in de derde persoon enkelvoud in een wijkfolder. Lezers van de wijkfolder met acht spelfouten hadden meer gedachten over de schrijver dan lezers van de folder met vier of geen spelfouten. Er is in het huidige onderzoek echter geen verschil in de verhouding van positieve en negatieve gedachten over de schrijver tussen de condities. Hypothese vier is dus maar voor de helft bevestigd. Dit spreekt de theorie over *powerless language* van Areni en Sparks (2005) tegen. Uit hun onderzoek bleek namelijk dat als mensen een tekst lezen met *powerless language*, waaronder spelfouten geschaard kunnen worden, zij meer negatieve gedachten over de schrijver hadden.



### **De beoordeling van spelfouten in sollicitatiebrieven en sponsorbrieven**

In totaal zijn er vijf interactie-effecten tussen spelfout en het soort brief op het realisme van de brieven, rapportcijfer, aantrekkelijkheid van de tekst, deskundigheid van de zender en het totale imago van de zender. Alle interactie-effecten gelden alleen voor de groep proefpersonen met kennis van spelling. Deze effecten spreken allemaal hypothese vijf tegen, want het negatieve effect van spelfouten op de tekstwaardering, overtuigingskracht en het imago van de zender geldt vooral voor de sponsorbrief en juist minder voor de sollicitatiebrief.

De brieven zonder spelfouten worden ongeveer even realistisch beoordeeld, maar de sponsorbrief met spelfouten wordt aanzienlijk minder realistisch beoordeeld dan de sollicitatiebrief met spelfouten. De twee soorten brieven zonder spelfouten krijgen van kenners eenzelfde rapportcijfer, maar de sponsorbrief met spelfouten krijgt een lager cijfer dan de sollicitatiebrief met spelfouten. De aantrekkelijkheid van de sollicitatiebrief van Anna de Jong met en zonder spelfouten is praktisch gelijk, maar de sponsorbrief van Anna de Jong met spelfouten wordt door kenners aanzienlijk als minder aantrekkelijk beoordeeld dan de sponsorbrief zonder spelfouten. Het oordeel van kenners over de deskundigheid ligt bij een foutloze brief ook ongeveer gelijk, maar de schrijver van de sponsorbrief met spelfouten vinden zij minder deskundig dan de schrijver van de sollicitatiebrief met spelfouten. En het verschil in imago-oordeel tussen een sollicitatiebrief met en zonder spelfouten is kleiner dan het verschil in imago-oordeel tussen een sponsorbrief met en zonder spelfouten. Kenners beoordelen het imago van de zender van de sponsorbrief met spelfouten namelijk veel minder positief in verhouding tot een foutloze sponsorbrief.

Dat de sponsorbrief met spelfouten over het algemeen negatiever wordt beoordeeld dan de sollicitatiebrief met spelfouten strookt met de verwachting naar aanleiding van het *mere exposure*-effect (Winkielman et al., 2003, in Hoeken et al., 2009). Hoe vaker men iets ziet, hoe positiever de evaluatie wordt. Mensen krijgen minder vaak een sponsorbrief voor ogen en hun waardering zal bij voorbaat dus negatiever zijn dan die voor de sollicitatiebrief. Proefpersonen hebben door die ervaring een duidelijk beeld van hoe een sollicitatiebrief eruit hoort te zien. Maar de verwachting dat proefpersonen een sollicitatiebrief met spelfouten daardoor strenger zouden beoordelen omdat spelfouten niet in het perfecte plaatje passen, is dus onjuist.

## 5. Discussie

Dit onderzoek naar de invloed van spelfouten in sollicitatiebrieven en sponsorbrieven heeft een aantal opmerkelijkheden en beperkingen die in dit hoofdstuk besproken worden. Tevens geef ik enkele suggesties voor vervolgonderzoek.

### Vergelijkbare brieven

Uit de rapportcijfers blijkt dat de brieven die in dit experiment gebruikt werden van dezelfde kwaliteit waren, dus ze konden vergeleken worden op aan- of afwezigheid van spelfouten. De twee brieven hebben geen verschillende invloed op de beoordeling van het imago van de zender. Dat betekent dat de schrijver van een sollicitatiebrief niet anders wordt beoordeeld dan de schrijver van een sponsorbrief. Of dit effect ook geldt voor andere soorten brieven moet uit vervolgonderzoek blijken.

Er zijn maar weinig effecten van spelfouten op de beoordeelde betrouwbaarheid van de zender, terwijl de spelfouten toch onvermogen van de schrijver tonen. Alleen de groep proefpersonen met kennis van spelling vindt de schrijver van een brief met spelfouten minder betrouwbaar dan de schrijver van een foutloze brief. Een mogelijke verklaring voor het beperkte effect is dat de betrouwbaarheid van iemand moeilijk te beoordelen is via een brief. Dit blijkt ook uit opmerkingen van proefpersonen tijdens de *debriefing*. Een voorbeeld: "Of iemand betrouwbaar en vriendelijk is beoordeel ik liever nadat ik hem een keer heb ontmoet." Dat kan een reden zijn voor het feit dat er weinig extreme oordelen zijn gegeven. De gemiddelden hangen veelal rond het midden van de zevenpuntsschaal. Omdat proefpersonen de sollicitant niet zelf hoefden aan te nemen of de vereniging hoefden te sponsoren, was het voor hen misschien moeilijk zich in te leven in de situatie. Dit kan ook invloed hebben gehad op de resultaten.

Naar aanleiding van spelfouten in een brief werd verwacht dat de door de schrijver genoemde accuratesse en precisie als opscheppen zouden worden opgevat. Het resultaat gaat tegen deze verwachting in: mensen met kennis van spelling vinden bij een brief met spelfouten minder sterk dat de schrijver zich beter voordoet dan hij is dan bij een foutloze brief. Een verklaring hiervoor kan zijn dat de kenners de spelfouten juist als teken van authenticiteit opvatten. De schrijver maakt spelfouten en komt zo eerlijk over; hij of zij kan blijkbaar gewoon niet beter schrijven. De schrijver doet zich volgens de kenners dan niet beter voor dan hij is. Daarnaast moest de pretentie van de schrijver blijken uit één zin in de brief. Deze opmerking van de schrijver was mogelijk te subtiel om mensen hierover te laten struikelen. De zin werd misschien niet op die manier aan de spelfouten verbonden. In vervolgonderzoek zou bijvoorbeeld een meer expliciete uitspraak in de brieven geplaatst kunnen worden zoals: 'Ik heb gevoel voor taal en maak nooit spelfouten.'

De resultaten van de proefpersonen met kennis van spelling ondersteunen alle hypothesen over dat spelfouten een negatief effect hebben, met uitzondering van hypothese vijf over het verschil tussen de sollicitatiebrief en de sponsorbrief. De oordelen van de niet-kenners gaan echter tegen de verwachting in. Zij waarderen een brief met spelfouten namelijk systematisch hoger dan een foutloze brief. Dit geldt vooral voor de tekstwaardering en het imago van de zender. De niet-kenners zitten niet voor niets in de groep zonder kennis van spelling; ze herkennen geen spelfouten. Mogelijk antwoorden ze maar raak, maar hoe kan hun waardering dan zo systematisch zijn? Hierover is veel onduidelijkheid. Misschien hanteren niet-kenners juist een verkeerde spellingsregel en denken ze dat er d/t-fouten in de foutloze brief staan. Een andere mogelijkheid is dat de niet-kenners hun eigen schrijfstijl in de spelfouten herkennen en een brief met fouten daardoor hoger waarderen. Uit de resultaten blijkt dat de niet-kenners onderbewust wel zien dat er een verschil is tussen de brieven met en zonder spelfouten, want hun waardering verschilt. Misschien vinden niet-kenners het wel overdreven

om een foutloze brief te willen schrijven en beoordelen zij een foutenmaker positief omdat hij 'zichzelf blijft' en 'normaal' schrijft.

Er is in ieder geval zekerheid over de manier waarop de vragenlijsten zijn ingevuld, in tegenstelling tot in het onderzoek van Rijk (2008). Doordat de proefleider bij dit experiment aanwezig was, vulden de proefpersonen de vragenlijst waarschijnlijk serieuzer in. In ieder geval serieuzer dan wanneer zij alleen waren geweest. Er had dan immers ook tegen de regels in teruggeladerd kunnen worden na het lezen van de vraag over spelfouten in de brief.

Uit de data van de totale steekproef en na splitsing op kennis van spelling blijkt dat alle proefpersonen de sponsorbrief minder begrijpelijk vinden dan de sollicitatiebrief. De totale tekstwaardering voor de sponsorbrief is ook negatiever dan die voor de sollicitatiebrief. Dit kan zijn veroorzaakt door de warrige opzet van de sponsorbrief. Deze brief is namelijk geforceerd afgestemd op de structuur van de sollicitatiebrief om de brieven vergelijkbaar te maken. Deze slechte begrijpelijkheid kan bijdragen aan de algehele negatieve beoordeling van de sponsorbrief. Toch wordt de sponsorbrief in vergelijking met de sollicitatiebrief niet als minder realistisch beoordeeld. Het oordeel op de vraag of de brief onlangs echt verstuurd is, ligt voor alle condities samen gemiddeld rond het midden van de zevenpuntsschaal. De brieven worden dus niet heel realistisch gevonden.

Alle proefpersonen achten de kans dat de schrijver uitgenodigd wordt voor een gesprek kleiner na het lezen van een sponsorbrief dan na een sollicitatiebrief. Dit resultaat kan ook veroorzaakt worden doordat het na het lezen van een sollicitatiebrief een kleine stap is om iemand uit te nodigen voor een gesprek. Na het lezen van een sponsorbrief is dat mogelijk minder gebruikelijk. Er kan in vervolgonderzoek geëxperimenteerd worden met andere bedrijfsnamen en andere sponsorprojecten, want mogelijk sprak de voetbalvereniging in de huidige sponsorbrief de proefpersonen niet erg aan. De tekstwaardering kan rechtgetrokken worden met die voor de sollicitatiebrief door in de toekomst meer research te doen naar de opzet van een goede sponsorbrief.

### **Negatief effect spelfouten grootst voor sponsorbrief**

Het negatieve effect van spelfouten op de tekstwaardering, overtuigingskracht en het imago van de zender geldt voor kenners vooral voor de sponsorbrief en juist minder voor de sollicitatiebrief. Dit gaat tegen de algemene norm in dat spelfouten in sollicitatiebrieven echt niet kunnen en dat de schrijver er zeer op afgestraft wordt. Veel proefpersonen maken bij de *debriefing* ook de opmerking dat of zij iemand afstraffen op spelfouten afhangt van de functie waarom het gaat. Als iemand kan lassen als de beste, worden spelfouten in een sollicitatiebrief voor lief genomen, maar voor een administratieve functie geldt dat niet. Aan dit experiment deden werknemers van diverse bedrijven mee, waaronder ook veel bedrijven in de technische sector. Misschien hebben die proefpersonen geantwoord op de manier waarop ze hun eigen sollicitatiebrieven nakijken: minder streng.

De sponsorbrief maakte bovendien een negatieve eerste indruk. Lezers van de sponsorbrief maken bij het *thought listing* opmerkingen over de hoeveelheid informatie, de lengte van de brief en het overdreven paaiende karakter. Zeven proefpersonen vinden het ook vreemd dat de voetbalvereniging zich aangetrokken voelt tot het incassobureau. Daarnaast hebben de proefpersonen waarschijnlijk meer ervaring met sollicitatiebrieven dan met sponsorbrieven. Het gebrek aan ervaring zorgt volgens het *mere exposure*-effect voor een negatieve evaluatie van de sponsorbrief (Winkielman et al., 2003, in Hoeken et al., 2009). Daar werden voor de groep proefpersonen met kennis van spelling de spelfouten nog eens bovenop geteld. Mogelijk zorgde dit samen voor de extra negatieve beoordeling van de sponsorbrief tegenover de sollicitatiebrief met spelfouten.

Misschien rekenen lezers de schrijver spelfouten in een sponsorbrief meer aan, omdat die brief vanuit een organisatie wordt geschreven. Bij een sollicitatiebrief draait het om de individuele competentie van de schrijver. Is die brief een zootje dan is dat jammer voor hem of

haar, maar in een sponsorbrief namens het bestuur van een vereniging zijn spelfouten misschien *not done*. Er bestaat ook een ander denkspoor. Succesvolle hoogaangeschreven organisaties krijgen dagelijks sponsorbrieven binnen. Het is voor te stellen dat, om het kaf van het koren te scheiden, brieven met spelfouten direct aan de kant worden gelegd. Waarom zouden ze hun geld steken in een nonchalant persoon die niet eens de moeite neemt zijn brief na te kijken op fouten? Een andere verklaring voor het negatieve effect van spelfouten in sponsorbrieven ten opzichte van sollicitatiebrieven kan zijn dat een sponsorbrief scannend wordt gelezen en dus perifeer verwerkt, omdat sommige bedrijven dagelijks sponsorbrieven ontvangen. Er is dan geen tijd en motivatie om de sponsorbrief centraal te verwerken en spelfouten vallen dan extra op (Petty & Cacioppo, 1986).

Misschien vinden mensen spelfouten in sollicitatiebrieven minder erg, omdat ze weten dat het vaak voorkomt. Lezers hebben daardoor niet zo'n hoge verwachting van het genre, waardoor de waardering gemiddeld uitvalt. De schrijver wordt in ieder geval niet extreem afgestraft op spelfouten. Uit het onderzoek van Rijk (2008) bleek dat spelfouten in sollicitatiebrieven wel invloed hebben op de tekstwaardering, overtuigingskracht en het imago van de zender. Zij vergeleek dan wel geen verschillende genres, maar in dit experiment wordt het effect in sollicitatiebrieven dus deels ontkracht, omdat de sponsorbrief extra zwaar op spelfouten beoordeeld wordt. Dit verschil kan veroorzaakt zijn doordat Rijk alleen proefpersonen had die bevoegd en/of opgeleid waren om sollicitatiebrieven te beoordelen. Zij letten waarschijnlijk extra sterk op spelfouten dan de gemiddelde proefpersoon in het huidige onderzoek.

Er is in dit onderzoek gekozen voor een onterecht weggelaten -t bij de stam van een werkwoord in de derde persoon enkelvoud zoals in het scriptieonderzoek van De Roo (2010). Alleen hadden de spelfouten in het onderzoek van De Roo juist weinig negatieve gevolgen, zeker wanneer het aantal spelfouten beperkt was. Zij gebruikte een tekst van 745 woorden met nul, vier of acht spelfouten, terwijl de sollicitatiebrief en sponsorbrief in dit experiment maar 260 en 270 woorden lang zijn en zes spelfouten bevatten. De wijkfolder van De Roo was misschien te lang en daardoor demotiverend, maar de korte brieven in dit onderzoek werden misschien juist weer te snel doorgelezen. Dit verschil in materiaal zorgt voor een verschil in beoordeling. In vervolgonderzoek kan een ten onrechte toegevoegde -t aan de eerste persoon enkelvoud ('ik vindt') in dezelfde brieven bij proefpersonen natuurlijk een ander effect teweegbrengen. Dit experiment betreft ook alleen spelfouten in sollicitatiebrieven en sponsorbrieven. Het is moeilijk te zeggen of spelfouten in eenzelfde onderzoeksopzet hetzelfde effect zullen hebben in andere soorten teksten. In het onderzoek van Kloet et al. (2003) hadden spelfouten bijvoorbeeld weinig tot geen invloed op de overtuigingskracht en het imago van de zender, maar in die twee experimenten werden andere brieven (fondswervingsbrieven en directmailbrieven) met verschillende soorten spelfouten gebruikt. Er kan dus nog meer onderzoek gedaan worden naar het effect van spelfouten in vergelijkbare tekstgenres.

Uit dit onderzoek is in ieder geval te concluderen dat een ten onrechte weggelaten -t bij de stam van een werkwoord in de derde persoon enkelvoud een negatieve invloed heeft op de tekstwaardering, overtuigingskracht en het imago van de zender en dat dit negatieve effect het grootst is voor proefpersonen met kennis van spelling die een sponsorbrief lezen.

## Literatuurlijst

- Areni, C.S., & Sparks, J.R. (2005). Language Power and Persuasion. *Psychology & Marketing*, 22 (6), 507-525.
- Braas, C. & Pas, L. van der. (2005). *Spelling*. Groningen-Houten: Wolters-Noordhoff.
- Burgoon, M., Pauls Denning, V. & Roberts, L. (2002). Language expectancy theory. In Dillard, J.P. & Pfau, M. (Eds.), *The persuasion handbook, Developments in theory and practice* (pp. 117-136). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Eijk, I. van. (1992). *De brievenhulp*. Amsterdam: Contact.
- Eijk, I. van. (1996). *Groot taal- en manierenboek voor op het werk*. Amsterdam: Contact.
- Eyk, S. van der. & Hooren, M. van. (2010, 8 september). Ook finance manager hecht waarde aan spelling. *Accountemps.nl*, <http://www.accountemps.nl/EMEA/PR-Spelling-Sep2010.doc>
- Handleiding lokale fondsenwerving en sponsoring (2008, juni). Amersfoort: Astma Fonds. <http://www.astmafonds.nl/downloads/Handleiding-fondsenwerving-sponsoring.doc>
- Hoeken, H., Hornikx, J. & Hustinx, L. (2009). Overtuigende teksten, onderzoek en ontwerp. Coutinho, Bussum.
- Hulle, J. van. (2007, 18 oktober). Bedrijf zoekt foutloze sollicitatiebrief m/v. *Taalschrift*, <http://taalschrift.org/reportage/001517.html>
- Jansen, F. (2010). Onkunde wordt bestraft. Het effect van systematisch gemaakte afwijkingen van de standaardtaal op de waardering van direct-mailbrieven. *neerlandistiek.nl*, 2, 1-39.
- Jansen, F. (2010). Ontspannen over d en t. Hoe zwaar wegen spelfouten nog? *Onze Taal*, 12, 342-443.
- Jansen, F. (2010, 6 december). Spelfouten zijn tegenwoordig minder erg. *Fragment Radio 538*, <http://eversstaatop.radio538.nl/fragmenten/spelfouten-zijn-tegenwoordig-minder-erg/>
- Kloet, L., Renkema, J., & Wijk, C. van (2003). Waarom foutloos schrijven? Het effect van taalfouten op tekstwaardering, imago en overtuigingskracht. In L. van Waes, P. Cuvelier, G. Jacobs, & I. de Ridder (Eds.) *Studies in Taalbeheersing*, 270-279. Assen: Koninklijke Van Gorcum.
- Loon, M. van. (2011, 22 februari). Sollicitant doet maximaal half uur over brief, [nu.nl](http://www.nu.nl/werk-en-privé/2452484/sollicitant-doet-maximaal-half-uur-brief.html), <http://www.nu.nl/werk-en-privé/2452484/sollicitant-doet-maximaal-half-uur-brief.html>
- Naber, C. (2010, 7 december). Hoezo is dit verkeerd? *Algemeen Dagblad*, p. 6.
- Pak, D. (2007). *Vlekkeloos Nederlands, spelling en stijl compleet*. Den Haag: Pak.

- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, 123-205.
- Renkema, J. (2005). *Schrijfwijzer*. Den Haag: Sdu.
- Rijk, E. (2008). "Dit vindt ik een belangrijk punt van een organisatie." *Een experimenteel onderzoek naar het effect van spelfouten in sollicitatiebrieven en de etniciteit van de zender, op tekstwaardering, imago van de zender en overtuigingskracht*. Masterscriptie Communicatiestudies. Utrecht: Universiteit Utrecht.
- Roo, E. de. (2010). *Stam...+t? Een kwalitatief en kwantitatief onderzoek naar de invloed van foutfrequentie van d/t-fouten, op de oordelen van lezers*. Masterscriptie Communicatiestudies. Utrecht: Universiteit Utrecht.
- Sher, S., & McKenzie, C.R.M. (2006). Information leakage from logically equivalent frames. *Cognition*, 101, 467-494.
- T'Sas, J., Fernhout, E., Permentier, L., Jonge, W. de. & Vermeulen, B. (2010). *Taalpeil*. Den Haag: Nederlandse Taalunie, [http://taalunieversum.org/taalpeil/2010/taalpeil\\_2010.pdf](http://taalunieversum.org/taalpeil/2010/taalpeil_2010.pdf)

## Bijlagen

### Bijlage A: Sollicitatiebrief Anna de Jong zonder spelfouten

Anna de Jong  
Roer 282  
9733 AK Noorddijk

Valetto Incasso  
Guldenstraat 48  
9712 CG Groningen

Noorddijk, 21 februari 2011

Betreft: sollicitatie functie accountant

Geachte heer/mevrouw,

Naar aanleiding van een bezoek aan uw website solliciteer ik hierbij naar de functie van accountant.

Uw bedrijf behoort tot een branche die altijd mijn interesse heeft gehad. Het lijkt mij dan ook een uitdaging om hierin werkzaam te zijn. Ik herken mijzelf in uw doelgerichte non-sensementaliteit. Uw organisatie onderscheidt zich bovendien van andere door de sfeer die uw bedrijfsprofiel uitstraalt.

In Groningen heb ik aan de Hanzehogeschool Groningen Accountancy gestudeerd. In deze studie besteedt men veel aandacht aan het opstellen van jaarrekeningen. Momenteel ben ik als administratief medewerker bij De Raaf Assurantiën lid van het team dat jaarrekeningen controleert. Deze organisatie houdt zich verder bezig met het adviseren van klanten over spaar- en leenproducten, verzekeringen en het betalingsverkeer.

Hoewel ik nog steeds met plezier naar mijn werk ga, zie ik toch uit naar een functie waarin mijn opleiding tot accountant nog beter tot zijn recht komt. Ik denk in oplossingen en niet in problemen. Dit leidt tot een stressbestendige doch klant- en servicegerichte werkhouding. Ik ben niet alleen accuraat en precies in het opvolgen van regels, maar ook flexibel en ondernemend ingesteld. Het gebeurt niet vaak dat ik een bedrijf tegenkom dat mij zo aanspreekt als Valetto Incasso. Uw organisatie bestaat uit een team van frisse mensen waarvan ik denk ik nog veel kan leren. Het wordt daarom zeker een uitdaging om als accountant bij u aan de slag te gaan.

Graag zou ik in een persoonlijk gesprek met u de samenwerkingsmogelijkheden bespreken. Hopelijk vindt u het goed als ik hierover binnen twee weken telefonisch contact met u opneem.

Met vriendelijke groet,

Anna de Jong

## **Bijlage B: Sollicitatiebrief Anna de Jong met spelfouten**

Anna de Jong  
Roer 282  
9733 AK Noorddijk

Valetto Incasso  
Guldenstraat 48  
9712 CG Groningen

Noorddijk, 21 februari 2011

Betreft: sollicitatie functie accountant

Geachte heer/mevrouw,

Naar aanleiding van een bezoek aan uw website solliciteer ik hierbij naar de functie van accountant.

Uw bedrijf behoort tot een branche die altijd mijn interesse heeft gehad. Het lijkt mij dan ook een uitdaging om hierin werkzaam te zijn. Ik herken mijzelf in uw doelgerichte non-nonsensentaliteit. Uw organisatie onderscheid zich bovendien van andere door de sfeer die uw bedrijfsprofiel uitstraalt.

In Groningen heb ik aan de Hanzehogeschool Groningen Accountancy gestudeerd. In deze studie besteed men veel aandacht aan het opstellen van jaarrekeningen. Momenteel ben ik als administratief medewerker bij De Raaf Assurantiën lid van het team dat jaarrekeningen controleert. Deze organisatie houdt zich verder bezig met het adviseren van klanten over spaar- en leenproducten, verzekeringen en het betalingsverkeer.

Hoewel ik nog steeds met plezier naar mijn werk ga, zie ik toch uit naar een functie waarin mijn opleiding tot accountant nog beter tot zijn recht komt. Ik denk in oplossingen en niet in problemen. Dit leidt tot een stressbestendige doch klant- en servicegerichte werkhouding. Ik ben niet alleen accuraat en precies in het opvolgen van regels, maar ook flexibel en ondernemend ingesteld. Het gebeurt niet vaak dat ik een bedrijf tegenkom dat mij zo aanspreekt als Valetto Incasso. Uw organisatie bestaat uit een team van frisse mensen waarvan ik denk ik nog veel kan leren. Het word daarom zeker een uitdaging om als accountant bij u aan de slag te gaan.

Graag zou ik in een persoonlijk gesprek met u de samenwerkingsmogelijkheden bespreken. Hopelijk vind u het goed als ik hierover binnen twee weken telefonisch contact met u opneem.

Met vriendelijke groet,

Anna de Jong



## **Bijlage C: Sollicitatiebrief Peter van der Berg zonder spelfouten**

Peter van der Berg  
Parklaan 30  
5582 KL Aalst

Tensa Computers  
Clausplein 50  
5611 XP Eindhoven

Aalst, 21 februari 2011

Betreft: sollicitatie functie accountant

Geachte heer/mevrouw,

Naar aanleiding van een bezoek aan uw website solliciteer ik hierbij naar de functie van accountant.

Uw bedrijf behoort tot een branche die altijd mijn interesse heeft gehad. Het lijkt mij dan ook een uitdaging om hierin werkzaam te zijn. Ik herken mijzelf in uw doelgerichte non-nonsensentaliteit. Uw organisatie onderscheidt zich bovendien van andere door de sfeer die uw bedrijfsprofiel uitstraalt.

In Eindhoven heb ik aan de Fontys Hogeschool Eindhoven Accountancy gestudeerd. In deze studie besteedt men veel aandacht aan het opstellen van jaarrekeningen. Momenteel ben ik als administratief medewerker bij De Wit Advies lid van het team dat jaarrekeningen controleert. Deze organisatie houdt zich verder bezig met het adviseren van klanten over spaar- en leenproducten, verzekeringen en het betalingsverkeer.

Hoewel ik nog steeds met plezier naar mijn werk ga, zie ik toch uit naar een functie waarin mijn opleiding tot accountant nog beter tot zijn recht komt. Ik denk in oplossingen en niet in problemen. Dit leidt tot een stressbestendige doch klant- en servicegerichte werkhouding. Ik ben niet alleen accuraat en precies in het opvolgen van regels, maar ook flexibel en ondernemend ingesteld. Het gebeurt niet vaak dat ik een bedrijf tegenkom dat mij zo aanspreekt als Tensa Computers. Uw organisatie bestaat uit een team van frisse mensen waarvan ik denk ik nog veel kan leren. Het wordt daarom zeker een uitdaging om als accountant bij u aan de slag te gaan.

Graag zou ik in een persoonlijk gesprek met u de samenwerkingsmogelijkheden bespreken. Hopelijk vindt u het goed als ik hierover binnen twee weken telefonisch contact met u opneem.

Met vriendelijke groet,

Peter van der Berg

## **Bijlage D: Sollicitatiebrief Peter van der Berg met spelfouten**

Peter van der Berg  
Parklaan 30  
5582 KL Aalst

Tensa Computers  
Clausplein 50  
5611 XP Eindhoven

Aalst, 21 februari 2011

Betreft: sollicitatie functie accountant

Geachte heer/mevrouw,

Naar aanleiding van een bezoek aan uw website solliciteer ik hierbij naar de functie van accountant.

Uw bedrijf behoort tot een branche die altijd mijn interesse heeft gehad. Het lijkt mij dan ook een uitdaging om hierin werkzaam te zijn. Ik herken mijzelf in uw doelgerichte non-nonsensentaliteit. Uw organisatie onderscheid zich bovendien van andere door de sfeer die uw bedrijfsprofiel uitstraalt.

In Eindhoven heb ik aan de Fontys Hogeschool Eindhoven Accountancy gestudeerd. In deze studie besteed men veel aandacht aan het opstellen van jaarrekeningen. Momenteel ben ik als administratief medewerker bij De Wit Advies lid van het team dat jaarrekeningen controleert. Deze organisatie houdt zich verder bezig met het adviseren van klanten over spaar- en leenproducten, verzekeringen en het betalingsverkeer.

Hoewel ik nog steeds met plezier naar mijn werk ga, zie ik toch uit naar een functie waarin mijn opleiding tot accountant nog beter tot zijn recht komt. Ik denk in oplossingen en niet in problemen. Dit leidt tot een stressbestendige doch klant- en servicegerichte werkhouding. Ik ben niet alleen accuraat en precies in het opvolgen van regels, maar ook flexibel en ondernemend ingesteld. Het gebeurt niet vaak dat ik een bedrijf tegenkom dat mij zo aanspreekt als Tensa Computers. Uw organisatie bestaat uit een team van frisse mensen waarvan ik denk ik nog veel kan leren. Het word daarom zeker een uitdaging om als accountant bij u aan de slag te gaan.

Graag zou ik in een persoonlijk gesprek met u de samenwerkingsmogelijkheden bespreken. Hopelijk vind u het goed als ik hierover binnen twee weken telefonisch contact met u opneem.

Met vriendelijke groet,

Peter van der Berg

## **Bijlage E: Sponsorbrief Anna de Jong zonder spelfouten**

Anna de Jong  
Roer 282  
9733 AK Noorddijk

Valetto Incasso  
Guldenstraat 48  
9712 CG Groningen

Noorddijk, 21 februari 2011

Betreft: sponsorverzoek V.V. Noorddijk

Geachte heer/mevrouw,

Naar aanleiding van een bezoek aan uw website verzoek ik u om sponsoring van onze voetbalvereniging.

Uw bedrijf behoort tot een branche die altijd mijn interesse heeft gehad. Ik was dan ook blij verrast toen andere bestuursleden van V.V. Noorddijk zich bleken te herkennen in uw doelgerichte no-nonsensementaliteit. Uw organisatie onderscheidt zich immers van andere door de sfeer die uw bedrijfsprofiel uitstraalt.

V.V. Noorddijk bestaat al ruim vijftig jaar. Onze club besteedt veel aandacht aan het ontwikkelen van voetbaltechnieken en basisvaardigheden van de jeugd, zoals doorzettingsvermogen en eerlijkheid. Het ledenaantal van V.V. Noorddijk stijgt mede daardoor jaarlijks. De vereniging houdt zich geregeld bezig met het organiseren van toernooien en voetbalclinics om jong talent aan te trekken. Als extra financieel steuntje in de rug vertrouwen wij op de steun van lokale organisaties.

In verband met voorgenomen activiteiten zoals meisjesvoetbal, zijn we op zoek naar nieuwe sponsors. Door ons te helpen steunt u de gemeenschap en heeft u een positieve invloed op de lokale jeugd. Door middel van promotiecampagnes leidt uw steun tot bekendheid bij alle bezoekers van wedstrijden en evenementen van V.V. Noorddijk. Wij zijn accuraat en precies in het nakomen van sponsorafspraken. Het gebeurt niet vaak dat ik een bedrijf tegenkom dat ons zo aanspreekt als Valetto Incasso. Uw organisatie bestaat uit een team van frisse mensen dat waarschijnlijk wel open staat voor sponsoring van een voetbalclub zoals de onze. Het wordt daarom zeker een uitdaging om met u samen te werken.

Graag zou ik in een persoonlijk gesprek met u de samenwerkingsmogelijkheden bespreken. Hopelijk vindt u het goed als ik hierover binnen twee weken telefonisch contact met u opneem.

Met vriendelijke groet,

Anna de Jong

## **Bijlage F: Sponsorbrief Anna de Jong met spelfouten**

Anna de Jong  
Roer 282  
9733 AK Noorddijk

Valetto Incasso  
Guldenstraat 48  
9712 CG Groningen

Noorddijk, 21 februari 2011

Betreft: sponsorverzoek V.V. Noorddijk

Geachte heer/mevrouw,

Naar aanleiding van een bezoek aan uw website verzoek ik u om sponsoring van onze voetbalvereniging.

Uw bedrijf behoort tot een branche die altijd mijn interesse heeft gehad. Ik was dan ook blij verrast toen andere bestuursleden van V.V. Noorddijk zich bleken te herkennen in uw doelgerichte no-nonsensementaliteit. Uw organisatie onderscheid zich immers van andere door de sfeer die uw bedrijfsprofiel uitstraalt.

V.V. Noorddijk bestaat al ruim vijftig jaar. Onze club besteed veel aandacht aan het ontwikkelen van voetbaltechnieken en basisvaardigheden van de jeugd, zoals doorzettingsvermogen en eerlijkheid. Het ledenaantal van V.V. Noorddijk stijgt mede daardoor jaarlijks. De vereniging houdt zich geregeld bezig met het organiseren van toernooien en voetbalclinics om jong talent aan te trekken. Als extra financieel steuntje in de rug vertrouwen wij op de steun van lokale organisaties.

In verband met voorgenomen activiteiten zoals meisjesvoetbal, zijn we op zoek naar nieuwe sponsors. Door ons te helpen steunt u de gemeenschap en heeft u een positieve invloed op de lokale jeugd. Door middel van promotiecampagnes leid uw steun tot bekendheid bij alle bezoekers van wedstrijden en evenementen van V.V. Noorddijk. Wij zijn accuraat en precies in het nakomen van sponsorafspraken. Het gebeurt niet vaak dat ik een bedrijf tegenkom dat ons zo aanspreekt als Valetto Incasso. Uw organisatie bestaat uit een team van frisse mensen dat waarschijnlijk wel open staat voor sponsoring van een voetbalclub zoals de onze. Het word daarom zeker een uitdaging om met u samen te werken.

Graag zou ik in een persoonlijk gesprek met u de samenwerkingsmogelijkheden bespreken. Hopelijk vind u het goed als ik hierover binnen twee weken telefonisch contact met u opneem.

Met vriendelijke groet,

Anna de Jong

## **Bijlage G: Sponsorbrief Peter van der Berg zonder spelfouten**

Peter van der Berg  
Parklaan 30  
5582 KL Aalst

Tensa Computers  
Clausplein 50  
5611 XP Eindhoven

Aalst, 21 februari 2011

Betreft: sponsorverzoek V.V. Aalst

Geachte heer/mevrouw,

Naar aanleiding van een bezoek aan uw website verzoek ik u om sponsoring van onze voetbalvereniging.

Uw bedrijf behoort tot een branche die altijd mijn interesse heeft gehad. Ik was dan ook blij verrast toen andere bestuursleden van V.V. Aalst zich bleken te herkennen in uw doelgerichte no-nonsensementaliteit. Uw organisatie onderscheidt zich immers van andere door de sfeer die uw bedrijfsprofiel uitstraalt.

V.V. Aalst bestaat al ruim vijftig jaar. Onze club besteedt veel aandacht aan het ontwikkelen van voetbaltechnieken en basisvaardigheden van de jeugd, zoals doorzettingsvermogen en eerlijkheid. Het ledenaantal van V.V. Aalst stijgt mede daardoor jaarlijks. De vereniging houdt zich geregeld bezig met het organiseren van toernooien en voetbalclinics om jong talent aan te trekken. Als extra financieel steuntje in de rug vertrouwen wij op de steun van lokale organisaties.

In verband met voorgenomen activiteiten zoals meisjesvoetbal, zijn we op zoek naar nieuwe sponsors. Door ons te helpen steunt u de gemeenschap en heeft u een positieve invloed op de lokale jeugd. Door middel van promotiecampagnes leidt uw steun tot bekendheid bij alle bezoekers van wedstrijden en evenementen van V.V. Aalst. Wij zijn accuraat en precies in het nakomen van sponsorafspraken. Het gebeurt niet vaak dat ik een bedrijf tegenkom dat ons zo aanspreekt als Tensa Computers. Uw organisatie bestaat uit een team van frisse mensen dat waarschijnlijk wel open staat voor sponsoring van een voetbalclub zoals de onze. Het wordt daarom zeker een uitdaging om met u samen te werken.

Graag zou ik in een persoonlijk gesprek met u de samenwerkingsmogelijkheden bespreken. Hopelijk vindt u het goed als ik hierover binnen twee weken telefonisch contact met u neem.

Met vriendelijke groet,

Peter van der Berg

## **Bijlage H: Sponsorbrief Peter van der Berg met spelfouten**

Peter van der Berg  
Parklaan 30  
5582 KL Aalst

Tensa Computers  
Clausplein 50  
5611 XP Eindhoven

Aalst, 21 februari 2011

Betreft: sponsorverzoek V.V. Aalst

Geachte heer/mevrouw,

Naar aanleiding van een bezoek aan uw website verzoek ik u om sponsoring van onze voetbalvereniging.

Uw bedrijf behoort tot een branche die altijd mijn interesse heeft gehad. Ik was dan ook blij verrast toen andere bestuursleden van V.V. Aalst zich bleken te herkennen in uw doelgerichte no-nonsensementaliteit. Uw organisatie onderscheid zich immers van andere door de sfeer die uw bedrijfsprofiel uitstraalt.

V.V. Aalst bestaat al ruim vijftig jaar. Onze club besteed veel aandacht aan het ontwikkelen van voetbaltechnieken en basisvaardigheden van de jeugd, zoals doorzettingsvermogen en eerlijkheid. Het ledenaantal van V.V. Aalst stijgt mede daardoor jaarlijks. De vereniging houdt zich geregeld bezig met het organiseren van toernooien en voetbalclinics om jong talent aan te trekken. Als extra financieel steuntje in de rug vertrouwen wij op de steun van lokale organisaties.

In verband met voorgenomen activiteiten zoals meisjesvoetbal, zijn we op zoek naar nieuwe sponsors. Door ons te helpen steunt u de gemeenschap en heeft u een positieve invloed op de lokale jeugd. Door middel van promotiecampagnes leid uw steun tot bekendheid bij alle bezoekers van wedstrijden en evenementen van V.V. Aalst. Wij zijn accuraat en precies in het nakomen van sponsorafspraken. Het gebeurt niet vaak dat ik een bedrijf tegenkom dat ons zo aanspreekt als Tensa Computers. Uw organisatie bestaat uit een team van frisse mensen dat waarschijnlijk wel open staat voor sponsoring van een voetbalclub zoals de onze. Het word daarom zeker een uitdaging om met u samen te werken.

Graag zou ik in een persoonlijk gesprek met u de samenwerkingsmogelijkheden bespreken. Hopelijk vind u het goed als ik hierover binnen twee weken telefonisch contact met u opneem.

Met vriendelijke groet,

Peter van der Berg

## Bijlage I: Vragenlijst sollicitatiebrief

1. Welk rapportcijfer geeft u aan de sollicitatiebrief?	.....(kies een cijfer van 1 t/m 10)		
2. Ik vind de sollicitatiebrief duidelijk	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
3. De schrijver is	ondeskundig	0 0 0 0 0 0	deskundig
4. Ik vind de sollicitatiebrief prettig om te lezen	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
5. Ik vind de sollicitatiebrief logisch opgebouwd	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
6. De schrijver is	betrouwbaar	0 0 0 0 0 0	onbetrouwbaar
7. De schrijver is	slordig	0 0 0 0 0 0	netjes
8. Ik vind de sollicitatiebrief te lang	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
9. De schrijver is	serieus	0 0 0 0 0 0	niet serieus
10. Ik vind de sollicitatiebrief overzichtelijk	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
11. De brief voldoet aan de regels voor een sollicitatiebrief	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
12. Ik vind dat de schrijver zichzelf goed presenteert	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
13. De schrijver is	verstandig	0 0 0 0 0 0	onverstandig
14. De schrijver is	oprecht	0 0 0 0 0 0	onoprecht
15. Ik vind de opmaak van de sollicitatiebrief rommelig	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
16. Ik vind de toon van de sollicitatiebrief enthousiast	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
17. De schrijver heeft de sollicitatiebrief goed nagekeken	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
18. De schrijver is	onvriendelijk	0 0 0 0 0 0	vriendelijk
19. Ik vind de sollicitatiebrief overtuigend	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
20. De schrijver is een aanwinst voor het bedrijf	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
21. Ik raad het bedrijf aan om de schrijver uit te nodigen voor een gesprek	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
22. De schrijver is	sympathiek	0 0 0 0 0 0	onsympathiek
23. De schrijver is	geloofwaardig	0 0 0 0 0 0	ongeloofwaardig
24. De schrijver doet zich beter voor dan ze is	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
25. Hoe groot acht u de kans dat de schrijver uitgenodigd wordt voor een gesprek?	heel klein	0 0 0 0 0 0	heel groot
26. Hoe groot acht u de kans dat de schrijver voor de functie aangenomen wordt?	heel klein	0 0 0 0 0 0	heel groot
27. Ik ben een	0 man 0 vrouw		
28. Leeftijd	..... jaar		
29. Opleidingsniveau	.....		
30. Nederlands is mijn moedertaal	0 ja 0 nee		

Op de volgende bladzijde staan de laatste drie vragen.

31. Ik denk dat de brief onlangs echt verstuurd is	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
32. Ik vind spelfouten in zakelijke brieven	helemaal niet erg	0 0 0 0 0 0	heel erg
33. In de sollicitatiebrief staan spelfouten	0 nee		
	0 ja, namelijk ongeveer.....		(noem een aantal)

**Nogmaals hartelijk bedankt voor uw medewerking!**



## Bijlage J: Vragenlijst sponsorbrief

34. Welk rapportcijfer geeft u aan de sponsorbrief?	.....(kies een cijfer van 1 t/m 10)		
35. Ik vind de sponsorbrief duidelijk	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
36. De schrijver is	ondeskundig	0 0 0 0 0 0	deskundig
37. Ik vind de sponsorbrief prettig om te lezen	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
38. Ik vind de sponsorbrief logisch opgebouwd	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
39. De schrijver is	betrouwbaar	0 0 0 0 0 0	onbetrouwbaar
40. De schrijver is	slordig	0 0 0 0 0 0	netjes
41. Ik vind de sponsorbrief te lang	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
42. De schrijver is	serieus	0 0 0 0 0 0	niet serieus
43. Ik vind de sponsorbrief overzichtelijk	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
44. De brief voldoet aan de regels voor een sponsorbrief	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
45. Ik vind dat de schrijver de voetbalvereniging goed presenteert	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
46. De schrijver is	verstandig	0 0 0 0 0 0	onverstandig
47. De schrijver is	oprecht	0 0 0 0 0 0	onoprecht
48. Ik vind de opmaak van de sponsorbrief rommelig	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
49. Ik vind de toon van de sponsorbrief enthousiast	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
50. De schrijver heeft de sponsorbrief goed nagekeken	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
51. De schrijver is	onvriendelijk	0 0 0 0 0 0	vriendelijk
52. Ik vind de sponsorbrief overtuigend	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
53. Het sponsorproject is een aanwinst voor het bedrijf	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
54. Ik raad het bedrijf aan om de schrijver uit te nodigen voor een gesprek	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
55. De schrijver is	sympathiek	0 0 0 0 0 0	onsympathiek
56. De schrijver is	geloofwaardig	0 0 0 0 0 0	ongeloofwaardig
57. De schrijver doet zich beter voor dan ze is	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
58. Hoe groot acht u de kans dat de schrijver uitgenodigd wordt voor een gesprek?	heel klein	0 0 0 0 0 0	heel groot
59. Hoe groot acht u de kans dat het bedrijf de voetbalvereniging gaat sponsoren?	heel klein	0 0 0 0 0 0	heel groot
60. Ik ben een	0 man 0 vrouw		
61. Leeftijd	..... jaar		
62. Opleidingsniveau	.....		
63. Nederlands is mijn moedertaal	0 ja 0 nee		

64. Ik denk dat de brief onlangs echt verstuurd is	helemaal mee oneens	0 0 0 0 0 0	helemaal mee eens
65. Ik vind spelfouten in zakelijke brieven	helemaal niet erg	0 0 0 0 0 0	heel erg
66. In de sponsorbrief staan spelfouten	0 nee		
	0 ja, namelijk ongeveer.....		(noem een aantal)

**Nogmaals hartelijk bedankt voor uw medewerking!**

## **Bijlage K: Thought listing-formulier**

Schrijf hieronder de gedachten die u had tijdens of direct na het lezen van de sollicitatiebrief. Schrijf per tekstvak één gedachte op. Er zijn geen goede en slechte antwoorden en u bent niet verplicht alle vakken in te vullen. Dacht u niets, ga dan verder naar de volgende bladzijde.

## Bijlage L: Instructie bij de sollicitatiebrief



**Universiteit Utrecht**

Voor de Universiteit Utrecht doe ik onderzoek naar de afhandeling van zakelijke brieven. Voor dit onderzoek vraag ik u een sollicitatiebrief te lezen en te beoordelen. Dat beoordelen gaat heel eenvoudig. Ik geef een aantal schaalvragen waarop u uw mening kunt aankruisen. Bijvoorbeeld:

De brief is grappig                      helemaal mee oneens | 0 X 0 0 0 0 0 | helemaal mee eens

Bij het beantwoorden van de vragen mag u niet terugkijken naar de brief. Ik ben geïnteresseerd in uw *persoonlijke* oordeel dus er zijn geen goede of foute antwoorden. Denk bij het invullen niet te lang na. Ga bij twijfel uit van uw eerste indruk. Het cv van de sollicitant is weggelaten, omdat dit onderzoek enkel gericht is op de brief.

Het lezen van de brief en het invullen van de vragenlijst duurt samen ongeveer 10 tot 15 minuten.

Alvast hartelijk bedankt voor uw medewerking.

Met vriendelijke groet,

Marije van Wijngaarden

## Bijlage M: Instructie bij de sponsorbrief



**Universiteit Utrecht**

Voor de Universiteit Utrecht doe ik onderzoek naar de afhandeling van zakelijke brieven. Voor dit onderzoek vraag ik u een sponsorbrief te lezen en te beoordelen. Dat beoordelen gaat heel eenvoudig. Ik geef een aantal schaalvragen waarop u uw mening kunt aankruisen. Bijvoorbeeld:

De brief is grappig                      helemaal mee oneens | 0 X 0 0 0 0 0 | helemaal mee eens

Bij het beantwoorden van de vragen mag u niet terugkijken naar de brief. Ik ben geïnteresseerd in uw *persoonlijke* oordeel dus er zijn geen goede of foute antwoorden. Denk bij het invullen niet te lang na. Ga bij twijfel uit van uw eerste indruk.

Het lezen van de brief en het invullen van de vragenlijst duurt samen ongeveer 10 tot 15 minuten.

Alvast hartelijk bedankt voor uw medewerking.

Met vriendelijke groet,

Marije van Wijngaarden

**Bijlage N: Tabellen met gemiddelde oordelen van de totale steekproef (zonder splitsing op niet-kenners/kenners)**

**2.7 Verwerking gegevens**

**2.7.3 Manipulatiecheck**

*Tabel 4a. Oordeel over realisme van de brieven met of zonder spelfouten (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)*

	<b>Geen spelfouten</b>	<b>Wel spelfouten</b>
<i>Ik denk dat de brief onlangs echt verstuurd is</i>	4.09 (1.67)	3.91 (1.98)

*Tabel 4b. Oordeel over realisme van de brieven, gesplitst op kennis van spelling en aan- of afwezigheid van spelfouten (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)*

	<b>Niet-kenners</b>		<b>Kenners</b>	
	<b>Geen spelfouten</b>	<b>Wel spelfouten</b>	<b>Geen spelfouten</b>	<b>Wel spelfouten</b>
<i>Ik denk dat de brief onlangs echt verstuurd is</i>	3.71 (1.63)	4.32 (1.77)	4.25 (1.68)	3.61 (2.08)

*Tabel 4c. Oordeel over realisme van de sollicitatiebrief en sponsorbrief (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)*

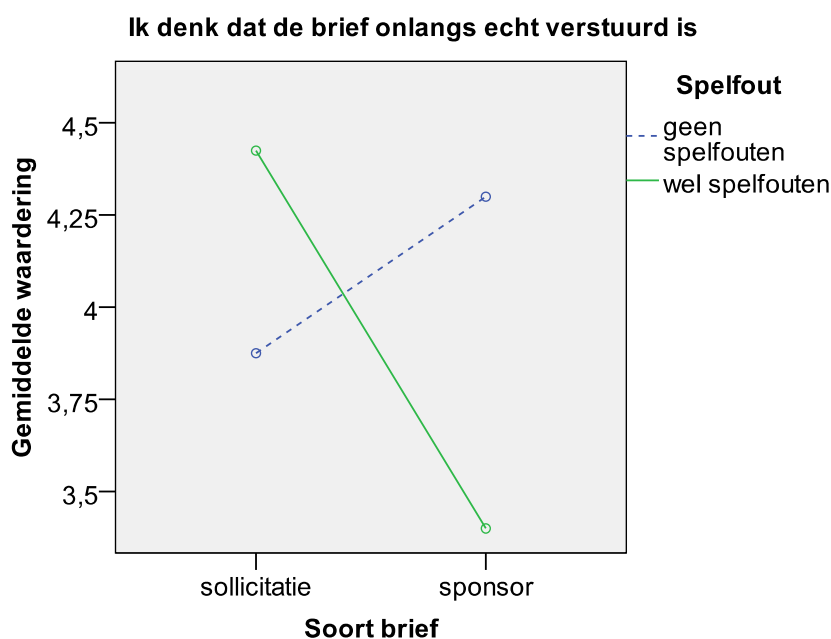
	<b>Sollicitatiebrief</b>	<b>Sponsorbrief</b>
<i>Ik denk dat de brief onlangs echt verstuurd is</i>	4.15 (1.71)	3.85 (1.93)

*Tabel 4d. Oordeel over realisme van de sollicitatiebrief en sponsorbrief, gesplitst op kennis van spelling (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)*

	<b>Niet-kenners</b>		<b>Kenners</b>	
	<b>Sollicitatiebrief</b>	<b>Sponsorbrief</b>	<b>Sollicitatiebrief</b>	<b>Sponsorbrief</b>
<i>Ik denk dat de brief onlangs echt verstuurd is</i>	4.12 (1.71)	4.03 (1.77)	4.17 (1.74)	3.73 (2.04)

Tabel 4e. Oordeel over realisme van de sollicitatiebrief en sponsorbrief, gesplitst op aan- of afwezigheid van spelfouten (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)

	Sollicitatiebrief		Sponsorbrief	
	Geen spelfouten	Wel spelfouten	Geen spelfouten	Wel spelfouten
<i>Ik denk dat de brief onlangs echt verstuurd is</i>	3.88 (1.54)	4.43 (1.85)	4.30 (1.79)	3.40 (1.99)



Figuur 1a. Interactie-effect op het realisme van de sollicitatiebrief en sponsorbrief

### 3.1 De beoordeling van brieven met en zonder spelfouten

#### 3.1.1 Rapportcijfer

Tabel 6a. Rapportcijfer voor de brieven met of zonder spelfouten (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 10=positieve evaluatie)

	Geen spelfouten	Wel spelfouten
<i>Welk rapportcijfer geeft u aan de brief?</i>	7.18 (1.07)	6.76 (1.22)

#### 3.1.2 Tekstwaardering

Tabel 7a. Waardering van de brieven met of zonder spelfouten (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)

	Geen spelfouten	Wel spelfouten
<i>Begrijpelijkheid</i>	4.93 (1.37)	4.67 (1.30)
<i>Totaal tekstwaardering</i>	4.96 (1.27)	4.64 (1.19)

### Aantrekkelijkheid per tekstversie

Tabel 8a. Aantrekkelijkheid van de brieven, gesplitst op tekstversie en aan- of afwezigheid van spelfouten (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)

	Versie Anna de Jong		Versie Peter van der Berg	
	Geen spelfouten	Wel spelfouten	Geen spelfouten	Wel spelfouten
<i>Aantrekkelijkheid</i>	5.13 (1.39)	4.94 (1.25)	4.89 (1.21)	4.28 (1.43)

### 3.1.3 Imago van de zender

Tabel 10a. Oordeel over het imago van de zender van de brieven met of zonder spelfouten (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)

	Geen spelfouten	Wel spelfouten
<i>Deskundigheid</i>	4.87 (1.13)	4.11 (1.13)
<i>Betrouwbaarheid</i>	4.79 (1.00)	4.57 (1.09)
<i>Aantrekkelijkheid</i>	5.43 (.87)	5.08 (1.05)
<i>Imago van de zender totaal</i>	5.02 (.87)	4.62 (.94)

### 3.1.4 Pretentie van de schrijver

Tabel 11a. Oordeel over pretentie van de schrijver van de brieven met of zonder spelfouten (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)

	Geen spelfouten	Wel spelfouten
<i>De schrijver doet zich beter voor dan hij/zij is</i>	4.53 (1.32)	4.14 (1.52)

### 3.1.5 Attitude

Tabel 12a. Attitude ten aanzien van de brieven met of zonder spelfouten (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)

	Geen spelfouten	Wel spelfouten
<i>Attitude</i>	4.73 (1.24)	4.24 (1.40)

### 3.1.6 Intentie

Tabel 13a. Intentie na het lezen van de brieven met of zonder spelfouten (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)

	Geen spelfouten	Wel spelfouten
<i>Intentie</i>	4.09 (1.39)	3.72 (1.57)



### 3.2 De beoordeling van sollicitatiebrieven en sponsorbrieven

#### 3.2.1 Rapportcijfer

Tabel 14a. Rapportcijfer voor de sollicitatiebrief en sponsorbrief (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 10=positieve evaluatie)

	Sollicitatiebrief	Sponsorbrief
Welk rapportcijfer geeft u aan de brief?	7.08 (.97)	6.86 (1.33)

#### 3.2.2 Tekstwaardering

Tabel 15a. Waardering van de sollicitatiebrief en sponsorbrief (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)

	Sollicitatiebrief	Sponsorbrief
Begrijpelijkheid	5.07 (1.20)	4.53 (1.42)
Totaal tekstwaardering	5.08 (1.10)	4.53 (1.31)

#### Aantrekkelijkheid per tekstversie

Tabel 16a. Aantrekkelijkheid van de sollicitatiebrief en sponsorbrief, gesplitst op tekstversie (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)

	Versie Anna de Jong		Versie Peter van der Berg	
	Sollicitatiebrief	Sponsorbrief	Sollicitatiebrief	Sponsorbrief
Aantrekkelijkheid	5.26 (1.10)	4.81 (1.49)	4.93 (1.39)	4.24 (1.23)

#### 3.2.3 Imago van de zender

Tabel 18a. Oordeel over het imago van de zender van de sollicitatiebrief en sponsorbrief (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)

	Sollicitatiebrief	Sponsorbrief
Deskundigheid	4.54 (1.09)	4.44 (1.29)
Betrouwbaarheid	4.64 (.97)	4.72 (1.13)
Aantrekkelijkheid	5.28 (.87)	5.23 (1.08)
Imago van de zender totaal	4.83 (.81)	4.82 (1.04)

### 3.2.4 Pretentie van de schrijver

Tabel 19a. Oordeel over pretentie van de schrijver van de sollicitatiebrief en sponsorbrief (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)

	Sollicitatiebrief	Sponsorbrief
<i>De schrijver doet zich beter voor dan hij/zij is</i>	4.20 (1.38)	4.46 (1.48)

---

### 3.2.5 Attitude

Tabel 20a. Attitude ten aanzien van de sollicitatiebrief en sponsorbrief (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)

	Sollicitatiebrief	Sponsorbrief
<i>Attitude</i>	4.61 (1.31)	4.35 (1.37)

---

### 3.2.6 Intentie

Tabel 21a. Intentie na het lezen van de sollicitatiebrief en sponsorbrief (gemiddelden en standaarddeviaties, 1=negatieve evaluatie, 7=positieve evaluatie)

	Sollicitatiebrief	Sponsorbrief
<i>Intentie</i>	4.27 (1.38)	3.54 (1.51)

---