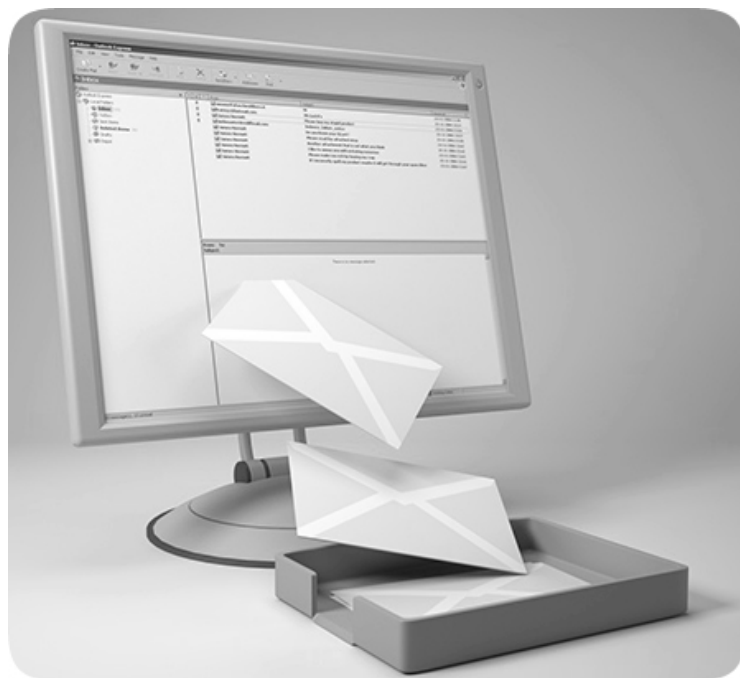


Waardeer je mijn stijl en structuurgebruik wel?

Een onderzoek naar de invloed van structuur en aanspreekvorm op de waardering van e-mailbrieven



Master Communicatiestudies

Faculteit Geesteswetenschappen

Universiteit Utrecht

Student: Valérie Beaupain

Studentnummer: 0240044

Begeleidster: Jacqueline Evers-Vermeul

Tweede begeleider: Daniël Janssen

Datum: 25-04-2008

Voorwoord

Ongeveer een jaar geleden begon mijn zoektocht naar een onderwerp voor mijn scriptie. Aangezien ik in die periode ook aan mijn stage begon, was het mijn bedoeling mijn stage en scriptie te combineren. Dit bleek nog niet zo eenvoudig te zijn. Er speelden heel wat problemen op het gebied van de interne communicatie binnen mijn stagebedrijf, maar het was lastig een link te leggen naar bestaande literatuur en er een goede onderzoeksvraag bij te formuleren. Dit is uiteindelijk gelukt met de hulp van mijn begeleidster Jacqueline Evers-Vermeul. Hiervoor wil ik haar graag bedanken. Zij heeft mij met veel opbouwende kritiek geholpen een scriptie te schrijven waarin een antwoord wordt gezocht op een probleemstuk vanuit het bedrijf in combinatie met de eisen vanuit mijn studie. Mijn tweede begeleider Daniël Janssen dank ik eveneens voor zijn hulp en commentaar. Ook mijn stagebegeleidster heeft een belangrijke bijdrage geleverd door het geven van advies en het verlenen van de medewerking in mijn zoektocht naar proefpersonen. Verder dank ik mijn familie, vrienden en vriend voor de getoonde interesse en voor het geven van tips tijdens het gehele proces.

Abstract

In deze scriptie wordt een onderzoek beschreven naar de effecten van structuur en aanspreekvorm op de tekstwaardering van veranderingsmail. Uit een kwalitatief onderzoek bleek dat de toegepaste structuur en aanspreekvorm in de praktijk ontevreden lezers opleverden. Aan de hand van het materiaal van het kwalitatieve onderzoek is een zogenoemde veranderingsmail opgesteld. Deze brief is in vier varianten geschreven, waarbij is gevarieerd in structuur en aanspreekvorm. Vervolgens is de brief beoordeeld door de proefpersonen. Verwacht werd dat de directe aanspreekvorm en de directe structuur en / of een combinatie daarvan de voorkeur zou verdienen. Uit het experiment bleek echter dat er geen significante verschillen zijn in de algemene tekstwaardering van de verschillende versies. Wel bleek dat de versies met de directe aanspreking hoger scoorden op de waardering van de persoonlijke toon en op de waardering van 'respect voor de lezer'. De versies met de indirecte aanspreking scoorden hoger op de waardering van een 'zakelijke toon'. Structuur bleek geen invloed te hebben op de waardering.

Inhoudsopgave

1. Inleiding	5
2. Kwalitatief onderzoek	7
2.1 Opzet	7
2.2 Materiaal	7
2.3 Procedure	8
2.4 Resultaten	9
2.5 Conclusies voor vervolgonderzoek	10
3. Theoretisch kader	12
3.1 Veranderingsmail	12
3.2 Briefstructuur en tekstwaardering	13
3.2.1 Probleem-oplossings- en doel-middelstructuur	13
3.2.2 Directe en indirecte structuur	15
3.2.3 PPPP-structuur	16
3.3 Wel of niet aanspreken in brieven?	17
3.4 Hypotheses	21
4. Methode	22
4.1 Proefpersonen	22
4.2 Onderzoeksopzet	22
4.3 Materiaal	23
4.3.1 De brief	23
4.3.2 De vragenlijst	25
4.4 Procedure	26
5. Resultaten	28
5.1 Respons per versie	28
5.2 Randomisatiecontrole	28
5.3 Betrouwbaarheid van de vragen	29
5.4 Toetsing hypothesen	30
5.5 Overige resultaten	32
6. Conclusie	34
7. Discussie	35
8. Literatuurlijst	38
9. Bijlagen	39

1. Inleiding

In de huidige informatiemaatschappij is vaak sprake van een 'overload' aan informatie. Het is belangrijk hierop in te spelen. Wat dien je te doen wanneer je als collega, werkgever, manager of directeur een belangrijke boodschap hebt over te brengen aan een grote groep werknemers? Wanneer deze boodschap veranderingsnieuws betreft, is het belangrijk dat aan jouw boodschap voldoende aandacht wordt besteed en dat deze gelezen en begrepen wordt. In het ideale geval wordt de lezer daarnaast overtuigd van het nut van de verandering. De aankondiging van een verandering wordt overigens vaak ervaren als slecht nieuws (Dent, 1999). Het lijkt bij veranderingsnieuws belangrijk om de aandacht van de lezer te trekken en vast te houden en de lezer door de manier van schrijven niet af te stoten maar aan te spreken. Het belang van aandacht om je boodschap en je argumenten kwijt te kunnen om vervolgens de lezer te kunnen overtuigen van je standpunt, wordt ondersteund door Hoeken (1998). Hij geeft in zijn informatieverwerkingsparadigma aan dat aandacht de eerste stap is van de processen die optreden in het acceptatieproces van een succesvolle persuasieve tekst.

In dit onderzoek wordt gefocust op een soort tekst die veel overeenkomsten heeft met een persuasieve tekst, namelijk de 'veranderingsbrief'. Tijdens mijn stage bij een ICT-bedrijf heb ik kunnen ervaren dat dit een veelvoorkomende briefsoort is. En die, zoals bleek uit gesprekken met werknemers, onvrede oplevert over de manier waarop dit soort nieuws overgebracht wordt. In samenspraak met dit bedrijf is vervolgens besloten om te onderzoeken hoe dit soort brieven in het vervolg beter geformuleerd kunnen worden.

De keuze tussen verschillende soorten media (e-mail of gedrukte brieven) kan ook van invloed zijn op de kwaliteit van dit soort brieven. Omdat ik gemerkt heb dat e-mail een veel ingezet medium is, heb ik ervoor gekozen om nader onderzoek naar veranderingsbrieven via e-mail te doen. Bovendien hebben Watts Sussman & Sproull (1997) de verschillen onderzocht tussen het overbrengen van slecht nieuws binnen bedrijven via telefoon, face-to-face en via e-mail. In dit onderzoek werd de tevredenheid van de proefpersonen gemeten wanneer zij goed en slecht nieuws via verschillende media verzonden. Zij concludeerden dat het overbrengen van slecht nieuws via e-mail de meeste voorkeur verdient. Mensen blijken namelijk geneigd in e-mails het slechte nieuws eerlijker te brengen en niet te vervormen, zoals kan voorkomen wanneer dit face-to-face moet worden overgebracht. Dit sluit goed aan op mijn keuze veranderingsnieuws via e-mail nader te onderzoeken. Zij concentreerden zich echter voornamelijk op het belang van de afzender en niet zozeer op dat van de ontvanger, terwijl voor mijn onderzoek beide belangen interessant zijn.

Omdat er naast mediakeuze verschillende stilistische factoren invloed kunnen uitoefenen op de waardering van dit soort brieven is er eerst een kwalitatief onderzoek uitgevoerd om te kunnen bepalen welke factoren in de praktijk een belangrijke rol spelen. Hierbij

werden acht proefpersonen gevraagd een bestaande brief te beoordelen met behulp van de plus/minmethode. De beschrijving van het kwalitatieve onderzoek met de verantwoording voor de keuzes vindt in het volgende hoofdstuk plaats. Aan de hand van dit onderzoek heb ik besloten experimenteel onderzoek te doen naar de invloed van structuur en aanspreekvorm op de tekstwaardering. Naar de invloed van structuur is al veel onderzoek gedaan op het gebied van direct mail en slechtnieuwsbrieven. Structuur is bijvoorbeeld van grote invloed op het vasthouden van de aandacht van de lezer (Hoeken, 1998). Of de andere bestaande theorieën ook toepasbaar zijn op dit soort veranderingsbrieven is nog onbekend. Op het gebied van aanspreekvormen blijkt uit verschillende onderzoeken een voorkeur voor direct aanspreken; het refereren aan de lezer met behulp van *u* of *je* (Hoeken & Poulssen, 1991; Hoeken, 1998). Ook het direct aanspreken blijkt een gunstige werking te hebben op het vasthouden van de aandacht van de lezer en kan een hogere tekstwaardering opleveren. Maar dit is een algemeen advies voor persuasieve teksten, niet een advies specifiek geldig voor veranderingsbrieven.

Naar aanleiding van de genoemde overwegingen is de volgende onderzoeksvraag geformuleerd:

In hoeverre zijn structuur en aanspreekvorm van invloed op de waardering van 'veranderingsmail'?

Bij structuur wordt een onderscheid gemaakt tussen een directe en een indirecte briefstructuur. Bij de directe structuur wordt de kern vooraan geplaatst en bij de indirecte structuur wordt deze voorafgegaan door inleidende zinnen. En er wordt onderscheid gemaakt tussen de directe en indirecte aanspreekvorm, waarbij de lezer wel of niet wordt aangesproken.

In het volgende hoofdstuk wordt het kwalitatieve onderzoek beschreven. Daarna volgt het theoretisch kader in hoofdstuk 3 met de hypotheses voor het kwantitatieve onderzoek. Vervolgens wordt in hoofdstuk 4 de methode van dit kwantitatieve onderzoek toegelicht, waarna de resultaten in hoofdstuk 5 worden besproken. In hoofdstuk 6 volgen de conclusies van dit onderzoek. En tot slot vindt in hoofdstuk 7 de discussie plaats.

2. Kwalitatief onderzoek

2.1 Opzet

Om inzicht te krijgen in de aanwezige problemen in veranderingsbrieven, werd een kleinschalig kwalitatief onderzoek uitgevoerd onder acht proefpersonen werkzaam bij de afdeling van mijn stageplek¹. Bij de selectie van de proefpersonen is getracht verschillende soorten functies te representeren. Door het korte tijdsbestek is dit niet optimaal bewerkstelligd, maar gezien de uitgebreide informatie die elke beschikbare proefpersoon opleverde, wordt dat niet als een probleem beschouwd. De informanten, zeven mannen en één vrouw, gaven hun oordeel aan de hand van de plus/minmethode in combinatie met een aantal aanvullende vragen. De resultaten hiervan vormden de aanleiding tot de keuze voor de variabelen die verder onderzocht zouden worden.

2.2 Materiaal

Als onderzoeksmateriaal is onderstaande brief gekozen die de nieuwe directeur van de afdeling verstuurd heeft aan alle afdelingsmedewerkers.

Beste XXXX

Zoals je recentelijk op *intranet* hebt kunnen lezen ben ik gevraagd om per 1 juli de verantwoordelijkheid van de Business unit X² op me te nemen. ?? heeft tegelijkertijd de verantwoordelijkheid van Y overgenomen. De voornaamste reden van de managementwisseling is dat in het ontwerp van het nieuwe X veel principes zijn terug te vinden die binnen de Y organisatie al jaren succesvol functioneren en dat we aannemen dat ik met deze kennis en ervaring een extra versnelling kan bereiken in het inbedden van deze principes in X.

Mijn komst naar X is feitelijk een terugkeer, want ik ben eerder eindverantwoordelijk geweest voor X. Hoewel dit al weer de nodige jaren geleden is, geeft de komst naar X mij een vertrouwd gevoel en veel nieuwe energie om met jouw hulp het nieuwe X gestalte te geven.

Ik heb kennis genomen van de transitie die door mijn collega ?? is ingezet. Het principe van lokale inzet én landelijke solutions én competence ontwikkeling kan X nog succesvoller maken. Deze transitievoorbereiding is vrijwel afgerond en ik ondersteun van harte de verdere inrichting hiervan per 1 september a.s.

Op één onderdeel zie ik nog een te bereiken verbetering. Aan het ontwerp van de A practice liggen uitstekende principes ten grondslag die ik cruciaal vind voor het nieuwe X. Ik meen echter dat X nog sterker wordt als elk van de vijf competence practices een solution functie heeft, waardoor de competence ontwikkeling verder wordt gestimuleerd en er ook in de vijf competence practices interessante projecten uitgevoerd kunnen worden. Wij hebben daarom in het X Managementteam besloten om in elk van de vijf competence practices een solution functie op te bouwen vanuit de huidige A practice. De A practice houdt daarna op te bestaan als separate eenheid. Uiteraard is met alle medewerkers van de A practice gesproken over hun nieuwe functie in de nieuwe organisatie en is er daardoor continuïteit gewaarborgd voor deze belangrijke activiteiten.

??, eerder dit jaar zowel manager van de regionale practice X-I en de A- practice, wordt per 1 september eindverantwoordelijk voor X-II. We nemen dan afscheid van ?? die X-I thans op interim basis leidt.

Op 1 juli is tevens ?? benoemd tot Portfoliomanager van X. ?? heeft in de afgelopen jaren bij Y dezelfde functie vervuld. ?? wordt hierin ondersteund door de Innovatie- en Business Development manager X, ??, en door de Productmanager X, ??.

Vorige week heb je een brief ontvangen van ?? waarin practice meetings zijn aangekondigd waar terugkoppeling wordt gegeven over het eerder gehouden medewerkerstevredenheidonderzoek. Ik zal voor X bij elk van deze bijeenkomsten aanwezig zijn, waardoor ik de kans heb je te ontmoeten. Ik kijk daar naar uit.

Voor nu wens ik je een plezierige vakantie toe en ontmoet je graag in september op de practice meeting.

Met vriendelijke groet,
??

Figuur 1: Het onderzoeksmateriaal voor het kwalitatieve onderzoek; de veranderingsbrief

¹ Om privacyredenen wordt in dit onderzoek de naam van het bedrijf niet genoemd. Naar de betreffende afdelingen wordt verwezen als afdeling A/X//Y. Namen zijn vervangen door vraagtekens. Zie voor meer achtergrondinformatie Beaupain (2007).

Deze brief bevat informatie over o.a. de transitie (organisatieverandering), beslissingen die genomen zijn en ook de te nemen stappen met de daarbij beoogde gevolgen.

Een belangrijke reden dat deze brief het onderwerp van onderzoek is geweest, vormt een aantal reacties (onder andere uit eerdere interviews) waaruit een lichte onvrede klonk over de communicatie over de transitie, alsmede over deze brief. Deze reacties sloegen zowel op de inhoud als op de formulering van de brief. Daarnaast leende de lengte van de brief, één A4, zich goed voor een test.

De brief is in zijn geheel gepresenteerd aan de proefpersonen, maar voor verdere analyse verdeeld in samenhangende tekstelementen, de zogeheten 'content units'. Zo konden de plussen en minnen later per 'content unit' vergeleken worden. Zie voor de verdeling van de brief in 'content units' bijlage 1.

2.3 Procedure

Elke proefpersoon kreeg na een korte introductie van het onderzoek een korte instructie. Hierin kregen de proefpersonen de volgende opdrachten:

- De tekst één keer door te lezen
- Tijdens het lezen positieve en negatieve bevindingen te markeren met behulp van plussen en minnen. Dit kon zijn op gebied van formulering, argumentatie, toon en stijl
- De eerste ingeving te volgen bij het beoordelen.

Ter verduidelijking zijn er voorbeelden genoemd zoals: "als je een stukje tekst onduidelijk vindt, kun je een min neerzetten" en "als je het met een zin eens bent, kun je een plus neerzetten". Om sociaal wenselijke antwoorden zoveel mogelijk te voorkomen, is benadrukt dat de persoon een helpende functie had om inzicht te geven in brieven en wat er eventueel mee kon spelen in de waardering ervan. Ook is anonimiteit gewaarborgd.

Nadat de proefpersonen de tekst hadden doorgelopen, werden alle tekstelementen besproken op basis van de indeling in content units. Zo is elke plus en min toegelicht door de proefpersoon en de niet beoordeelde stukken zijn zo alsnog beoordeeld. Wanneer men een negatieve bevinding had, werd er gevraagd naar een suggestie ter verbetering van het tekstelement.

Bij de eerste proefpersoon merkte ik dat de informanten geneigd waren zich voornamelijk op de inhoud te concentreren, terwijl het doel was inzicht te krijgen in de schrijfstijl, formuleringen enzovoorts. Daarom zijn de volgende aanvullende vragen gesteld:

1. Wat vind je van de aanhef?
2. Wat vind je van de afsluiting?
3. Wat vind je van de toon?
4. Vind je de brief persoonlijk? Spreekt dat je aan?
5. Wat vind je van het *jij*-gebruik? Zoals “met jouw hulp”
6. Wat vind je van het *ik*-gebruik en wat van het *wij*-gebruik?
7. Vind je de brief duidelijk? Vind je de brief overzichtelijk?
8. Is de boodschap duidelijk?
9. Wat zou je van tussenkopjes vinden in een dergelijke brief?

Daarnaast was er ruimte voor de proefpersonen om opmerkingen te plaatsen die niet onder bovenstaande criteria vallen. Hier is uitgebreid gebruik van gemaakt.

2.4 Resultaten

Het gedrag van de proefpersonen was verschillend. Zo heeft één proefpersoon slechts twee markeringen geplaatst. Deze had daarna mondeling wel veel op- en aanmerkingen op de brief. Anderen plaatsten wel veel plussen en minnen. Zoals eerder genoemd waren de proefpersonen geneigd om de brief veelal op inhoudelijk vlak te bekritisieren. Zo werden er veel opmerkingen geplaatst in de trant van: “Dat klopt helemaal niet” en “Ik weet inmiddels dat dat niet zo heeft uitgepakt”. Door op te merken dat de proefpersoon ook op stijl kan letten en door de bovenstaande vragen te stellen, is dit ondervangen. Nu volgt een weergave van het commentaar en de suggesties die zijn gegeven. Daarbij heb ik het commentaar en de suggesties gecategoriseerd op inhoud, toon en structuur.

Inhoud

Commentaar: Alle proefpersonen merkten op informatie te missen en dat de boodschap incompleet overkwam. De brief ging volgens een deel van de proefpersonen over te veel verschillende onderwerpen. Daarnaast bevatte de brief gegevens die volgens een aantal proefpersonen niet klopten.

Suggesties: Wees vollediger, geef nogmaals de redenen (die eerder gecommuniceerd zijn), want niet iedereen is op de hoogte.

Toon

Commentaar: vijf van de acht proefpersonen vonden het *ik*-gebruik gepast en de overigen vonden het ongepast. Verder werd de persoonlijke toon in “met jouw hulp” door de helft van de proefpersonen niet gewaardeerd. Het persoonlijke element vond men ongepast aangezien “er tweeduizend mensen werken”. Degenen die het wel waardeerden vonden dat zij zo goed

betrokken en aangesproken werden. Verder werden er in de brief volgens de proefpersonen veel “sneren” uitgedeeld en empathie scheen te ontbreken (mensen die weggaan, worden niet bedankt); alles is te zakelijk en koel. En de zin: “ik ben gevraagd om de verantwoordelijkheid op me te nemen” komt op alle proefpersonen niet gemotiveerd over. Bijna alle proefpersonen ergerden zich daarnaast aan het veel voorkomende ‘managerial talk’ (zoals zij dat zelf benoemen). Voorbeelden daarvan zijn: “extra versnelling”, “nog succesvoller” en “waardoor de competence ontwikkeling verder wordt gestimuleerd”.

Suggesties: “met jullie hulp” is beter en “weglaten” van ‘managerial talk’.

Structuur

Alle proefpersonen merkten op een duidelijke inleiding te missen en daarmee samenhangend dat het van te voren niet duidelijk is waar de brief over gaat. De helft van de proefpersonen vond dat de belangrijkste boodschap leek te zijn weggemoffeld. Verder werd door drie proefpersonen opgemerkt dat men de aandacht verloor bij de lange alinea.

Suggesties:

- voeg een ‘betreft’ toe
- voeg tussenkopjes toe
- aangeven waar het in de brief om gaat, bijvoorbeeld in de inleiding
- gebruik een andere structuur.

2.5 Conclusies voor vervolgonderzoek

Omdat ik in eerste instantie op zoek was naar stylistische elementen en het inhoudelijke commentaar ook geen directe aanknopingspunten gaf voor verder onderzoek, laat ik dat commentaar vanaf nu buiten beschouwing.

Wat de toon betreft was er onder de proefpersonen geen consensus. Sommigen waren voor een directe aanspreking door middel van *je* en anderen waren voor *jullie*. Weer anderen gaven de voorkeur aan een meer afstandelijke toon door niet direct aan te spreken, omdat de brief anders te persoonlijk zou worden. Overigens vonden er in deze brief weinig directe aansprekingen plaats. Dit vormde geen eenheid in stijl en was interessant om nader te onderzoeken. Mensen hebben over het algemeen een duidelijke voorkeur voor een bepaalde toon en dat kan dus bepalend zijn voor de tekstwaardering. Het was echter niet duidelijk welke toon voor het overgrote deel de aanbeveling verdient. Daarom is ervoor gekozen experimenteel onderzoek te doen waarbij de aanspreekvorm de onafhankelijke variabele vormt. Hiermee wordt het verschil bedoeld tussen een directe (wel *je*-gebruik) en een indirecte aanspreking (geen *je*-gebruik). *U* wordt in het experiment buiten beschouwing gelaten aangezien men elkaar binnen het bedrijf altijd tutoyeert.

Naast dit gebrek aan consensus over de aanspreekvorm, viel het op dat men tijdens het lezen snel de aandacht verloor. Sommigen vonden dat het belangrijkste nieuws, de kern, niet op een logische plek stond. Anderen vonden dat het weggemoffeld was. Op basis van deze uitspraken leek het relevant te onderzoeken welke soorten briefstructuren er zijn en welke vervolgens het beste kan worden ingezet voor dit type brieven. De tweede onafhankelijke variabele is daarmee structuur.

Het theoretisch kader geeft inzicht in deze factoren en hun samenhang met de waardering van veranderingsbrieven.

3. Theoretisch kader

Uit het kwalitatieve onderzoek bleek dat structuur en aanspreekvorm de voornaamste knelpunten zijn in “veranderingsbrieven” binnen afdeling X. Aangezien er geen literatuur is gevonden specifiek over veranderingsmail zal ik structuur en aanspreekvorm in relatie tot de tekstwaardering bespreken aan de hand van (advies)literatuur over aangrenzende genres. Ik zal beginnen een algemene vergelijking te maken tussen veranderingsmail, direct mail en slechtnieuwsbrieven. Ik zal daarmee aantonen dat sommige adviezen voor deze andere genres ook relevant kunnen zijn voor veranderingsmail. Vervolgens ga ik specifiek kijken naar wat er in de literatuur bekend is over structuren en tekstwaardering en over aanspreekvorm en tekstwaardering. Tot slot komen de hypothesen aan bod.

3.1 Veranderingsmail

De veranderingsmail toont naar mijn mening overeenkomsten met de direct mail en de slechtnieuwsbrief. Deze link wordt deels ondersteund door Brent (1985) die meent dat verkoopbrieven en slechtnieuwsbrieven in essentie hetzelfde zijn. Maar waar draait het in de veranderingsbrief om? Uit het kwalitatieve onderzoek bleek dat de veranderingsmail een verandering van zaken beschrijft, met het doel de lezer te overtuigen van het nut van de verandering en ook dat de lezer zijn medewerking zal verlenen.

Bij een slechtnieuwsbrief draait het volgens De Jong (2002) om informatie die onprettig is voor de lezer. Dit zegt hij in zijn adviesboek voor bedrijfsrespondentie dat is gebaseerd op vakliteratuur. Watts Sussman & Sproull (1997) verstaan onder slecht nieuws negatieve informatie die persoonlijke consequenties heeft voor de ontvanger. Dit toont overeenkomsten met een zakelijke verandering die ook persoonlijke consequenties heeft voor de medewerker. Veranderingsmail kan overeenkomsten vertonen met slechtnieuwsbrieven, omdat verandering veelal als ‘slecht nieuws’ wordt ervaren (Dent, 1999). Volgens Dent (1999) kan dit worden verklaard door de opvatting dat mensen niet graag bereid zijn te veranderen. Zij vertonen een zogenoemde ‘resistance to change’. Een betere uitleg is volgens Dent dat mensen niet houden van verlies van status, comfort en geld. Hier sluit de opvatting van Van Duren & Van Manen op aan dat “mensen niet graag het zekere van hun status quo willen inruilen voor het onzekere van de verandering” (2001, p.62) . Op basis van deze vorm van weerstand kan worden gesteld dat het goed brengen van een slechtnieuwsboodschap en een veranderingsboodschap nuttig is. Van Vuuren (2006) geeft bovendien aan dat door goede communicatie door de leidinggevende de werknemer zich meer betrokken voelt. Dat kan een gunstig effect hebben op de bereidheid van de medewerker om zijn medewerking te verlenen

Ook tussen veranderingsmail en direct mail zijn overeenkomsten aan te duiden. Jansen & Stukker (2001) hebben een corpusanalyse van honderden direct mails uitgevoerd. Het doel van de direct-mailbrief is volgens hen dat de ontvanger van de brief tot actie overgaat en dat een

aangeboden product wordt gekocht (Jansen & Stukker, 2001). Dit kan vergeleken worden met de subdoelen van de veranderingsbrief 'overtuigen' en 'medewerking verlenen'. Verschil is dat het zwaartepunt bij direct mail op de aanzet tot actie ligt, terwijl het hoofddoel bij veranderingsmail het aankondigen van de verandering is. Een aanzet tot actie (medewerking) is wel gewenst bij veranderingsmail.

3.2 Briefstructuur en tekstwaardering

Bij alle drie de soorten brieven lijkt aandacht van de lezer een belangrijke voorwaarde om de doelen van de schrijver te bereiken. De structuur van een brief kan van invloed zijn op het trekken van de aandacht. Daarnaast kan een goede structuur bijdragen aan een goede afweging van de argumenten doordat structuur effect heeft op het gemak waarmee een tekst wordt verwerkt (Hoeken, 1998 p.161). Daarop aansluitend wordt in Hoeken (1998), een boek over onderzoek naar persuasieve teksten, beschreven dat een goede structuur ook bijdraagt aan het tekstbegrip (Spooren, Hoeken en Sanders, 1994). Maar hoe verhouden de verschillende theorieën over structuren en tekstwaardering zich ten opzichte van de structuur van veranderingsmail?

Er zijn verscheidene theorieën over structuren, de plaatsing van de kern ten opzichte van de verschillende onderdelen in brieven en het effect daarvan op de lezer. De Jong (2002) beschrijft dat elke brief één hoofddoel heeft en dat de passage waarmee wordt getracht dat doel te bereiken, de kern van de brief vormt. De kern van een veranderingsmail is naar mijn mening de passage waarin de verandering wordt beschreven. Deze passage beschrijft namelijk het belangrijkste onderwerp van de brief en is daarmee essentieel. Eventueel kan met behulp van andere alinea's het nut van de verandering en de vraag om medewerking worden toegevoegd, maar de veranderingsbrief draait primair om het aankondigen van de verandering. In de volgende subparagrafen worden drie soorten structuren besproken die eventueel toegepast zouden kunnen worden op de veranderingsbrief, namelijk de probleem-oplossings- en doel-middelstructuur, de directe en indirecte structuur en de PPPP-structuur.

3.2.1 Probleem-oplossings- en doel-middelstructuur

Hoeken (1998) heeft de volgende theorie over structuren. Er zijn volgens hem twee soorten structuren aan de hand waarvan een tekst kan worden opgesteld: de probleem-oplossingsstructuur en de doel-middelstructuur. Beide structuren kunnen de consequentiebetrokkenheid goed benadrukken. De consequentiebetrokkenheid is de mate waarin de lezers het gevoel hebben dat het onderwerp van de tekst van groot belang is voor henzelf. Bij de probleem-oplossingsstructuur wordt meteen een onwenselijke situatie beschreven. Hierdoor kun je benieuwd zijn naar de oplossing en kan het belang om verder te lezen bepaald worden. Hoeken zegt dat de probleem-oplossingsstructuur ook kan fungeren als

'sandwichformule' en vooral handig is wanneer je als schrijver wil dat belangrijke bedrijfsinformatie (bijvoorbeeld in een bedrijfsadvertentie) ook gelezen wordt. Deze informatie kan dan tussen het probleem en de oplossing worden geplaatst. Bij de doelmiddel-structuur wordt een ideale situatie weergegeven, waarna men via de beschrijving van het middel te weten kan komen hoe die situatie te bereiken valt. Beide structuren blijken een bijdrage te leveren aan het vasthouden van de aandacht. Ook in de veranderingsmail uit het kwalitatieve onderzoek zijn probleem-oplossingsconstructies (zie vb. 1) en doel-middelconstructies (zie vb. 2) te herkennen.

(1) Probleem-oplossing

De A-practice houdt daarna op te bestaan als separate eenheid (probleem).

Uiteraard is met alle medewerkers van de A-practice gesproken over hun nieuwe functie in de nieuwe organisatie en is er daardoor continuïteit gewaarborgd voor deze belangrijke activiteiten (oplossing).

(2) Doel-middel

Ik meen echter dat X nog sterker wordt als elk van de vijf competence practices een solution functie heeft, waardoor de competence ontwikkeling verder wordt gestimuleerd en er ook in de vijf competence practices interessante projecten uitgevoerd kunnen worden (doel).

Wij hebben daarom in het X Managementteam besloten om in elk van de vijf competence practices een solution functie op te bouwen vanuit de huidige A-practice (middel).

Dit zijn constructies ter grootte van een alinea, die echter geen complete briefstructuur vormen zoals Hoeken deze beschrijft. Deze voorbeelden laten zien dat er meerdere briefstructuren of constructies in één brief voor kunnen komen. Daarnaast tonen de voorbeelden aan dat ook in de veranderingsmail dit soort constructies worden ingezet en zou je kunnen afleiden dat de 'gunstige' structuren nog 'gestructureerder' toegepast zouden kunnen worden in de mail om de aandacht, overtuigingskracht en waardering te verhogen. De voorbeelden bieden nog geen inzicht in hoe de (complete) briefstructuren zich verhouden tot veranderingsmail

De kern van de probleem-oplossingsstructuur is volgens Hoeken de oplossing. De probleemschets dient 'slechts' als aandachtstrekker. Als deze structuur zou worden toegepast in een veranderingsmail, dan zou de probleemschets de beschrijving van de situatie kunnen vervullen en dan zou de beschrijving van de verandering, die de oplossing vormt, de kern zijn.

De kern van de doel-middelstructuur is volgens Hoeken de passage waarin het middel wordt beschreven. Het doel is namelijk ondergeschikt en dient voornamelijk om de aantrekkelijkheid van het middel aan te tonen. Wanneer de veranderingsmail in termen van de doel-middelstructuur zou worden beschreven, zou je kunnen zeggen dat de beschrijving van de verandering het middel en dus de kern is. Op basis van de theorie van Hoeken zou dus de kern in

de veranderingsmail voorafgegaan moeten worden door óf een probleemschets óf een te bereiken doel.

3.2.2 Directe en indirecte structuur

Naast de twee bovengenoemde structuren kan er nog een tweedeling in structuren gemaakt worden: de directe structuur en de indirecte structuur. Zoals eerder genoemd beschouwt De Jong (2002) de passage waarmee het doel van de schrijver dient te worden bereikt als de kern. De twee mogelijkheden waarin de kern in de praktijk volgens De Jong voorkomt, zijn weergegeven in onderstaande tabel.

1. Directe structuur:	Varianten
De kern staat vooraan	1a. De kern staat op de eerste plaats 1b. De kern komt direct na een situerende alinea
2. Indirecte structuur	
De kern staat achteraan	2a. De kern komt na één of meer alinea's 2b. De kern staat op de laatste plaats

Tabel 1: De plaats van de kern in de directe en indirecte structuur (De Jong, 2002, p. 86)

Bij de directe structuur staat de kern dus op de eerste plaats, of komt deze direct na een situerende alinea. De in tabel 1 genoemde variant 1a is meer geschikt voor eenvoudige brieven en variant b kan worden toegepast wanneer de boodschap ingewikkelder is en er bij de lezer behoefte bestaat een uitgebreide situatieschets te lezen. Ook kan deze structuur gebruikt worden voor bijvoorbeeld slechtnieuwsbrieven om de situering in de inleiding positiever te kunnen maken aan de hand van positieve elementen (De Jong, 2002).

Omdat variant 2b (de kern komt op de laatste plaats) van de indirecte structuur behoorlijk lezeronvriendelijk is volgens De Jong, zal ik vanaf nu met de indirecte structuur doelen op variant 2a (de kern komt na één of meer alinea's). Bij veranderingsmail is de kern de beschrijving van de verandering. Wanneer de verandering dus na één of meer alinea's komt, zou dat volgens de theorie van De Jong een indirecte structuur moeten worden genoemd. Bij de probleem-oplossingsstructuur en de doel-middelstructuur komen de kernen na de probleemschets, respectievelijk de beschrijving van het doel. Dus wanneer de theorie van De Jong wordt gekoppeld aan de probleem-oplossingsstructuur en de doel-middelstructuur, kan worden afgeleid dat deze structuren (in deze volgorde) ook indirect zijn.

Maar hoe luidt het advies van De Jong betreffende de keuze tussen de directe en de indirecte structuur? De directe structuur is volgens De Jong goed geschikt voor slecht nieuws dat wel wordt verwacht door de lezer. De indirecte structuur is volgens De Jong met name geschikt voor het brengen van onaangenaam en onverwacht nieuws doordat de lezer niet wordt overvallen

door het slechte nieuws en er ook niet te lang op hoeft te wachten. De lezer zal bovendien minder afwijzend tegenover de boodschap staan (De Jong p.93). Aangezien de veranderingsmail als slecht nieuws kan worden beschouwd, kan hier het advies worden afgeleid een indirecte structuur te gebruiken omdat dit een beter effect heeft op de overtuigingskracht.

De Jong maakt dus een onderscheid in adviezen voor verwacht en onverwacht nieuws. Uit een recent onderzoek van Krieger (2007) kwam echter naar voren dat de mate waarin de lezers het slechte nieuws verwachtten niet van invloed was op de waardering voor een bepaalde structuur. Zij deed onderzoek naar afwijzingsbrieven en het effect van het medium (brief of e-mail) en het effect van structuren en verwachting van het nieuws op de tekstwaardering. De directe structuur bleek hoger gewaardeerd te worden, waaruit afgeleid kan worden dat de directe structuur ook voor veranderingsmail de voorkeur kan verdienen. Een kanttekening die bij dit onderzoek geplaatst dient te worden is dat ondanks dat de directe structuur hoger werd gewaardeerd, de variabele structuur geen significant effect had op de algehele tekstwaardering.

Een andere mening over het gebruik van een indirecte structuur wordt gegeven door Brent (1985). In zijn artikel over slecht nieuws en lezersreacties betoogt hij dat lezers van slecht nieuws via een indirecte structuur de inleidende zinnen zal beschouwen als tijdverspilling en zijn eigen leesvolgorde kan bepalen.

Uit bovenstaande onderzoeken en adviezen blijkt een voorkeur voor de directe structuur. Wanneer het nieuws echter onverwacht is, kan een indirecte structuur worden aanbevolen.

3.2.3 PPPP-structuur

Naast de doelmiddel- en probleem-oplossingsstructuur en de directe en de indirecte structuur is er nog een derde structuur: de PPPP-structuur. De P's staan voor de termen Picture, Promise, Prove en Push. Deze structuur is een veel toegepaste structuur voor direct-mailbrieven (Jansen & Stukker, 2001). Bij deze structuur begint de brief met een 'Picture', zoals een beeldende tekst. Vervolgens komt een 'Promise' die aangeeft het eventuele probleem te kunnen oplossen. In het 'Prove'-gedeelte geeft de schrijver de goede eigenschappen van het aan te prijzen product. En als laatste komt de 'Push', tevens de kern (Jansen & Stukker, 2001; De Jong, 2002), waarmee de lezer wordt aangezet tot actie. Het voordeel van het gebruik van deze structuur is het effect dat het oplevert. Dit effect wordt ook wel het AIDA-effect genoemd, want Picture leidt tot Attention (aandacht), Promise (belofte) leidt tot Interest (interesse), Prove (bewijs) leidt tot Desire (verlangen) en Push (aanzet) leidt tot Action (actie), zoals het aanmelden voor een abonnement of het kopen van een product (Jansen & Stukker, 2001; De Jong, 2002).

In de PPPP-structuur is de aanzet tot actie dus de kern. Dit toont aan dat de kernen van de PPPP-structuur en de veranderingsmail inhoudelijk verschillen. Want bij veranderingsmail is de kern de beschrijving van de verandering. Een veranderingsmail bevat ook wel een aanzet tot actie, maar dit is niet de belangrijkste passage in veranderingsmail. Wanneer de theorie van de PPPP-

structuur wordt toegepast op veranderingsmail en de kern dus op de laatste plek moet komen, zal de beschrijving van de verandering op de laatste plek moeten staan. Deze plek van de kern komt weer overeen met de plek van de kern bij de indirecte structuur. De PPPP-structuur kan dus ook wel beschouwd worden als indirect. Ook zijn er overeenkomsten met de probleem-oplossings- en de doel-middel structuur. Het probleem en het doel beschreef ik al eerder als een situatieschets en dit komt overeen met de Picture. De oplossing en het middel komen overeen met het 'Prove'-element waarin ook in de PPPP-structuur het product of middel dat de oplossing biedt wordt beschreven.

Overigens bestaat er nog een andere mogelijkheid om de kern te plaatsen. Jansen & Stukker (2003) hebben in hun corpusonderzoek namelijk een nieuwe tendens waargenomen bij direct mail waarbij de 'Push' (de aanzet tot actie) vooraan geplaatst wordt. Deze vooropplaatsing verandert de indirecte structuur in een directe. Met deze nieuwe structuur wordt meer ingespeeld op de verwachtingen van de lezer bij het genre direct-mailbrieven. De lezer lijkt bij direct mail namelijk te verlangen naar efficiënte communicatie en wil zo snel mogelijk weten wat de afzender te bieden heeft (Jansen & Stukker, 2003).

Concluderend blijkt er van een eenduidig advies voor het gebruik van een indirecte en directe structuur in veranderingsbrieven geen sprake te zijn. In het experimenteel onderzoek worden deze twee soorten structuren dan ook met elkaar vergeleken.

3.3 Aanspreken in brieven

Een andere afweging die gemaakt dient te worden bij het opstellen van een brief is het kiezen van de aanspreekvorm. Hierbij kan gekozen worden tussen *u* en *je*, maar ook kan men de aanspreking achterwege laten. In de volgende paragrafen worden de verschillende theorieën besproken met betrekking tot het *u*- en *je*-gebruik en het wel of niet aanspreken.

3.3.1 *U*- en *je*-gebruik

Zoals gezegd is deze tweedeling irrelevant voor het experiment, aangezien het binnen bedrijf X gebruikelijk is elkaar te tutoyeren. Het is voor het totale beeld echter wel interessant eerder onderzoek naar de verschillen tussen *u* en *je*-gebruik te noemen. Er is veel onderzoek gedaan naar verschillen in voorkeur voor *u* of *je*. Vaak wordt in onderzoeken naar *u* en *je* ook naar leeftijdseffecten en onderwerpafhankelijkheid gekeken. Het is gebleken dat de voorkeur van *u* en *je* ook met de maatschappij mee verandert. Zo heeft er in het mondeling en het schriftelijk taalgebruik een verschuiving plaatsgevonden van het *u*- naar het *je*-gebruik eind jaren zestig van de twintigste eeuw (Vermaas, 2002). Een algemeen advies voor *u*- of *je*-gebruik is niet zomaar te geven. Bovengenoemde factoren als leeftijd van de doelgroep, homogeniteit van de doelgroep, het onderwerp, maar ook relatie tussen schrijver en lezer zijn namelijk belangrijke factoren in deze keuze.

Huigen (2004) heeft corpusonderzoek gedaan naar de gewoontes voor het gebruik van aanspreekvormen in personeelsadvertenties (van onder meer de overheid) en een evaluatieonderzoek naar de waardering voor het gebruik van aanspreekvormen. Uit haar corpusonderzoek bleek dat in advertenties bedoeld voor mensen tot ongeveer 35 jaar de aanspreekvorm *je/jij* vaker voorkomt dan *u* en dat bij advertenties die bestemd waren voor een algemene doelgroep vaker *u* voorkomt. Uit haar experiment bleek dat *u* als formeler en traditioneler werd beschouwd dan *je*. De proefpersonen waardeerden *u* en *je* echter gelijk, ongeacht hun leeftijd (de groepen waren opgedeeld in jonger en ouder dan 35 jaar). Dat *u* als formeler werd beschouwd dan *je* sluit ook aan op de moderne en informele bedrijfscultuur van X waarbij men elkaar altijd met *je/jij* aanspreekt.

Ook De Vries (2004) heeft in haar onderzoek naar het leeftijdseffect gekeken op de verschillen in waardering tussen *u* en *je*. Daarnaast is het onderwerp gevarieerd. Zij heeft echter ook geen verschil gemeten in waardering door een jongere (18-25 jaar) en een oudere groep (55-70 jaar). Zij concludeert dat het de groepen niet uitmaakt hoe zij aangesproken worden, wat volgens haar een verschuiving naar de voorkeur voor *je* kan betekenen.

Janssen en Jansen (2005) hebben onderzoek gedaan naar de waardering voor de aanspreekvormen *u* en *je* in Postbus51-folders, waarbij is nagegaan in hoeverre de houding van de lezer ten opzichte van het tekstonderwerp en het gebruikte medium een rol spelen. Aanspreekvorm, onderwerp en medium werden gevarieerd in de folders en beoordeeld door proefpersonen (waarbij één groep tussen 20 en 28 jaar en één groep ouder dan 50 was). Uit dit onderzoek bleek dat het medium geen invloed heeft op de waardering, evenmin is er sprake van een leeftijdseffect. De verhouding van de lezers tot het onderwerp was echter wel van invloed. Wanneer lezers enthousiast waren over het onderwerp, werden zij nog enthousiaster wanneer zij met *u* werden aangesproken. Het gebruik van *je* bleek bij enthousiasme over het onderwerp juist dempend te werken. In mijn onderzoek is het onderwerp niet gevarieerd, maar onderwerpfafhankelijkheid is wel een aandachtspunt voor het interpreteren van de resultaten.

Brand (2005) heeft onderzoek gedaan naar aanspreekvormen en de waardering van teksten die een duidelijk appèl doen op de lezer. Ook werd gekeken naar de waardering van teksten die bestemd zijn voor een groot en algemeen publiek. Hiervoor werd een brochuretekst over donorregistratie gevarieerd in informatief en commercieel gehalte (met het verschil dat in de commerciële tekst een appèl wordt gedaan op de lezer). Uit haar experiment onder 200 proefpersonen bleek een voorkeur voor *u*, en naarmate een tekst een duidelijk appèl doet, wordt de voorkeur voor *u* nog sterker. Er werd geen verschil gevonden in voorkeur voor een commerciële en een neutrale tekst. Wel waardeerden ouderen boven de 65 in alle varianten de *u*-vorm het hoogst.

In meerdere onderzoeken blijkt dat het gebruik van *u* en *je* min of meer gelijk gewaardeerd wordt; in heel specifieke gevallen komt een lichte voorkeur voor de ene of de andere vorm naar voren. Verder is de onderwerpfafhankelijkheid voor de waardering van een tekst

(ongeacht *u* of *je*-gebruik) een relevant gegeven dat kan worden meegenomen in de interpretaties van dit onderzoek.

Aangezien de cultuur van het bedrijf waar ik onderzoek voor doe redelijk informeel is, is de keuze voor *u* uitgesloten en moeten schrijvers eerder een keuze maken tussen wel of niet aanspreken. Het feit dat Brand (2005) geen verschil heeft gevonden in voorkeur voor een tekst met of zonder appèl op de lezer, kan erop duiden dat het wel aanspreken (dat een appèl doet) of niet direct aanspreken in mijn onderzoek weinig verschil zal uitmaken. In de volgende alinea zal hier dieper op in worden gegaan.

3.3.2 Wel of niet aanspreken in brieven

Ook over het wel of niet aanspreken, of het direct en het indirecte aanspreken, zijn een aantal theorieën bekend. Jaspers (1987) heeft onderzoek gedaan naar perspectiefkeuze en de bijkomende problemen voor schrijvers en lezers van folders. Hij geeft aan dat de doeltreffendheid van folders mede bepaald wordt door structuur, wijze van informatieverwerking en formulering. In zijn artikel richt hij zich op het effect van perspectiefkeuze op de doeltreffendheid. Hierbij maakt hij onder andere een onderscheid in tussen het lezersperspectief en het zakelijke of algemene perspectief. Bij het lezersperspectief wordt gebruik gemaakt van *u* of *je* en het wordt vooral gebruikt om een actie uit te lokken. Het wel aanspreken van de lezer (het lezersperspectief) is dus interessant voor mijn onderzoek aangezien een subdoel van de veranderingsbrief is de lezer tot actie aan te zetten. Het zakelijke perspectief wordt volgens Jaspers gekenmerkt door de afwezigheid van de lezer en de schrijver in de tekst, door woorden als 'men' en 'mensen' en het gebruik van passiefconstructies en nominaliseringen.

Mede op basis van bovenstaande literatuur kan er een verdeling gemaakt worden op basis van wel of niet aanspreken, wat ik in het vervolg de directe en de indirecte aanspreking zal noemen. Het verschil tussen een directe en een indirecte aanspreking wordt in het onderstaande voorbeeld duidelijk gemaakt.

Direct: *En nu kunnen wij je melden dat de eerste stap is gezet*

Indirect: *En nu kunnen wij melden dat de eerste stap is gezet*

Bij de directe aanspreking wordt de lezer wel aangesproken (hier met *je*) wat vergelijkbaar is met het lezersperspectief van Jaspers. Bij de indirecte aanspreking wordt de lezer niet direct aangesproken, wat een algemene toon oplevert en vergelijkbaar is met het zakelijke/algemene perspectief van Jaspers (1987). De perspectieven kunnen wel gepaard gaan met meer tekstkenmerken, maar om de twee stijlen goed vergelijkbaar te houden leg ik de nadruk op het wel en niet aanspreken. Overigens kunnen ook in één en dezelfde tekst de perspectieven worden afgewisseld. Jaspers raadt dit echter niet aan en spreekt in een dergelijk geval van

'perspectiefbreuk'. Het gevolg hiervan kan zijn dat een tekst niet als één coherent geheel wordt ervaren door de lezer (Jaspers, 1987).

Over de directe en indirecte aanspreking zijn de volgende adviezen te geven. Janssen (1989) waarschuwt voor een extreem formele stijl waardoor een brief saai, onpersoonlijk en afstandelijk kan worden. Hieruit valt af te leiden dat een directe aanspreking de voorkeur verdient. Uit meerdere bronnen blijkt overigens een voorkeur voor een persoonlijke schrijfstijl (Hoeken, 1998; De Jong, 2002; Janssen, 1989). De Jong zegt dat de lezer zich verwaarloosd zal voelen bij te veel *wij-* of *ik-*gebruik en geeft het advies de lezer aan te spreken door een persoonlijke aanhef en afsluiting te formuleren en de *u-*stijl toe te passen (De Jong, 2002). Het is echter niet bekend of De Jong deze adviezen geeft op basis van onderzoeksliteratuur. Het advies van De Jong sluit aan op de zelf-referentiestrategie die Hoeken beschrijft. Door de lezer direct aan te spreken met *u* of *jij* wordt de relevantie van de informatie in een tekst benadrukt en zullen lezers de tekst op zichzelf betrekken (Hoeken, 1998, p.167). En de kans dat lezers aandacht zullen besteden aan de tekst neemt daarmee toe, evenals de tekstwaardering (Hoeken en Poulssen, 1991 in Hoeken, 1998).

Maar wat is er bekend over de waardering van aanspreken in veranderingsbrieven? Er zijn geen onderzoeken bekend specifiek over aanspreken in veranderingsbrieven. Wel hebben Janssen, Jansen & Gijsbers (1999) onderzoek gedaan naar aanspreken in burgerbrieven (1999). Dit is een apart genre waarin ambtenaren reageren op een brief met vragen en/of klachten van de burger. In dit empirisch onderzoek is het effect gemeten van een negatieve en een neutrale aanspreekvariant op het oordeel van de lezer over de schrijver en het oordeel over de tekst. Naar aanleiding van hun theoretische analyses en het onderzoek luidt het advies van Janssen e.a. in ieder geval de directe aanspreking te gebruiken. Wel dienen bepaalde combinaties met werkwoorden vermeden te worden die een negatief beeld van de ontvanger oproepen, zoals 'klagen' en 'beweren' en andere combinaties met neutrale, beschrijvende werkwoorden juist op te zoeken, zoals 'schrijven', 'opmerken' en 'informereren'. Hieruit valt af te leiden dat een directe aanspreking de voorkeur verdient, maar ook dat dit enige waakzaamheid verdient in combinatie met negatieve informatie. Dit is interessante informatie voor mijn onderzoek: de directe aanspreekvorm zou ook voor veranderingsmail de aanbeveling kunnen verdienen, mits de boodschap weinig negatieve elementen bevat.

Pander Maat (2004) heeft onderzoek gedaan naar aanspreken in ledenwervingsbrieven. In dit onderzoek wordt ook het persuasieve effect vergeleken van het lezers- en het zakelijk perspectief (vgl. Jaspers, 1987), met een variatie in het imago van de organisatie en de kracht van de argumentatie. Opmerkelijk is dat in dit geval aanspreekvormen negatieve effecten hebben op de overtuigingskracht (Pander Maat, 2004). De overeenkomst tussen veranderingsmail en ledenwervingsbrieven is dat de schrijver in beide gevallen wil informeren en overtuigen, waarbij een hoge tekstwaardering van belang kan zijn. Dit duidt op de mogelijkheid dat ook in veranderingsmail aanspreekvormen negatieve effecten kunnen hebben op de overtuigingskracht en de tekstwaardering.

Jansen & Stukker (2001) zetten de situaties uiteen waarin *u* of *je* de voorkeur verdient in direct mail. Jansen & Stukker menen dat het aanspreken met *u* of *je*, direct dus, de voorkeur verdient tenzij in een bepaalde zin iets beweerd of verondersteld wordt over de lezer “wat hij minder op prijs zou kunnen stellen” (2001). Dit kan erop duiden dat in een veranderingsbrief een directe aanspreking (deels) vermeden zou moeten worden.

De conclusie is dat er in de (advies)literatuur tegenstrijdige adviezen worden gegeven over het wel of niet direct aanspreken van de lezer.

3.4 Hypotheses

Naar aanleiding van de besproken theorie heb ik een drietal hypotheses geformuleerd. Uit verscheidene bronnen blijkt een voorkeur voor het direct aanspreken van de lezer in teksten. Er zijn ook tegenargumenten voor het gebruiken van een directe aanspreking, maar deze gelden vooral in combinatie met negatieve elementen. Het testmateriaal bevat ook wel ‘negatieve’ elementen, maar ik verwacht dat de directe aanspreekvorm toch hoger wordt gewaardeerd doordat deze aanspreekvorm meer aansluit op de gebruiken en de verwachting van de lezers. De eerste hypothese luidt dan ook:

H1: De directe aanspreekvorm zal een hogere tekstwaardering opleveren dan de indirecte aanspreekvorm.

Naar aanleiding van het onderzoek van Jansen en Stukker (2003), dat aangeeft dat mensen bij vergelijkbare brieven een directe structuur verwachten, heb ik de volgende hypothese geformuleerd:

H2: De directe structuur zal een hogere tekstwaardering opleveren dan de indirecte structuur.

Aangezien ik verwacht dat de directe aanspreking en de directe structuur hoger gewaardeerd zullen worden, verwacht ik ook dat de combinatie van deze twee variabelen de hoogste waardering oplevert in vergelijking met de overige drie condities:

H3: De conditie met de directe aanspreking en de directe structuur zullen de hoogste waardering opleveren.

4. Methode

4.1 Proefpersonen

Voor dit onderzoek zijn alle 370 medewerkers van Business Unit Y via e-mail benaderd. De keuze om één complete Business Unit te benaderen is gemaakt omdat dit organisatorisch goed uitvoerbaar was en daarnaast omdat deze Unit een representatieve populatie van afdeling X vertegenwoordigt. Er is daarbij in eerste instantie een grove indeling gemaakt in management, staff, mensen die facturabel zijn (werkend bij de klant) en mensen die niet facturabel zijn waardoor elke conditie getest is door proefpersonen uit de vier groepen.

4.2 Onderzoeksopzet

In dit onderzoek is de invloed gemeten van de onafhankelijke variabelen structuur en aanspreekvorm op de tekstwaardering. In het theoretisch kader is betoogd dat de kernen van de directe en indirecte structuur van direct mail anders zijn dan de veronderstelde kern van een veranderingsbrief. Om toch het effect van een directe en een indirecte structuur (die voornamelijk wordt toegepast op direct mail) te kunnen meten bij veranderingsmail, is er voor gekozen een ander soort kern samen te stellen. In deze kern wordt de verandering beschreven en wordt de aanzet tot actie weergegeven. Deze kern is vervolgens in de directe structuur op de eerste plaats geplaatst en in de indirecte structuur op de één na laatste plaats. Op de laatste plaats stond in beide structuren een afsluitende alinea.

De originele definities van de directe en de indirecte structuur kenden de volgende opbouw:

Direct = AAID: Aanzet tot Actie (kern) → Aandacht → Interesse → Desire

Indirect = AIDA: Aandacht → Interesse → Desire → Aanzet tot Actie (kern)

De opbouw die is gebruikt voor de veranderingsbrief in dit onderzoek:

Direct = Verandering+actie (kern) → Aandacht → Interesse → Desire → Afsluiting

Indirect = Aandacht → Interesse → Desire → Verandering+actie (kern) → Afsluiting

De directe brief is dus vergelijkbaar met de AAID volgorde en de indirecte brief met de AIDA volgorde. De variabele structuur meet de invloed van een directe en een indirecte structuur. De variabele aanspreekvorm meet de invloed van een directe (wel aanspreken) en een indirecte aanspreekvorm (niet aanspreken). Er is zo sprake van vier verschillende condities zoals in onderstaande tabel te zien is.

Conditie	Structuur	Aanspreekvorm
1	indirect	indirect
2	indirect	direct
3	direct	indirect
4	direct	direct

Tabel 2: Onderzoeksopzet

4.3 Materiaal

In deze paragraaf wordt het materiaal beschreven dat gebruikt is voor het onderzoek. Het design van de brief komt eerst aan de orde. Vervolgens vindt er een verantwoording voor de opzet van de vragenlijst plaats.

4.3.1 De brief

Het onderzoeksmateriaal bestaat uit vier varianten van één brief. Hier worden de keuzes voor de opbouw, de toon en de inhoud van de brief besproken. Ter verduidelijking staan de aanduidingen voor de verschillende tekstelementen nog vermeld in de brieven in bijlage 2, evenals de aanspreekvormen die vetgedrukt zijn. Voor de enquête zijn deze aanduidingen als vanzelfsprekend verwijderd. Voor een realistisch beeld verwijs ik naar screenshots van de enquêtes in bijlage 3.

De inhoud van de brief is gebaseerd op de brief die in het kwalitatieve onderzoek gebruikt is. Omdat deze brief gevoelige informatie bevatte en omdat het aannemelijk is dat de proefpersonen die boodschap lastig los kunnen zien van de context, is ervoor gekozen om een compleet nieuwe brief te ontwerpen. Ook wanneer namen (van personen en afdelingen) veranderd zouden worden, zou het duidelijk blijven om welke boodschap het draait. Om een advies over veranderingsbrieven te kunnen geven, is getracht de lading van de oorspronkelijke brief zo dicht mogelijk te benaderen in de nieuwe brief. De nieuwe brief moest wel hetzelfde doel hebben als de oorspronkelijke brief, het overtuigen van het nut van de verandering.

Zoals beschreven in het theoretisch kader dient een veranderingsbrief een nieuwe ontwikkeling te beschrijven. Het onderwerp dat is gekozen was de toen binnenkort te lanceren Portal, die is ontwikkeld voor zowel alle X-medewerkers als de overige medewerkers van het bedrijf. Dit betekent voor alle medewerkers een nieuw medium waarmee zij geacht worden te werken. Ondanks dat dit systeem een oplossing kan zijn, kan deze verandering in deze context worden gezien als slecht nieuws. Het doel van de brief: de X-medewerkers worden overtuigd van het nut van de Portal. En ondergeschikt: zij zullen de Portal bezoeken. En: zij integreren het systeem als informatiebron.

In de adviesliteratuur voor zakenbrieven worden verschillende tips en adviezen voor het opstellen van een brief beschreven. Hieruit is een selectie gemaakt van criteria aan de hand waarvan de brief is opgesteld. Zo heeft de brief een goede basis waardoor het aannemelijk is dat de resultaten slechts worden beïnvloed door de manipulatie en niet doordat de brief al allerlei elementen bevat waarvan mag worden aangenomen dat zij een negatief effect hebben. Onderstaande figuur geeft een beknopt overzicht van de gehanteerde criteria. Deze zijn wel aangepast aan e-mailconventies. Zo is er in de boodschap zelf geen datum geplaatst aangezien deze ook in de inbox te zien is. Ook zijn de regels voor het aantal witregels in een brief niet toegepast.

De criteria:

1. Voldoen aan de briefconventies
2. Taal en spelling correct
3. Vormgeving is verzorgd
4. Goede inhoud
5. Goede structuur
6. Effectieve stijl
7. Gepaste toon

Figuur 2: Criteria waaraan de brief moest voldoen (De Jong, 2002, p.61)

De onderste drie criteria zijn afhankelijk van de manipulatie van de onafhankelijke variabelen, want wat 'goed' was moest nog onderzocht worden. De inhoud moest relevant zijn en overtuigend. De brief moest dus relevante informatie bevatten. Of het ook overtuigend zou zijn, moest op dit punt nog blijken. De structuur is in de brieven gemanipuleerd door een brief op te stellen in een aantal onderdelen (Picture / Aandacht, Promise / Interesse, Prove / Desire, Push / Actie) die verschuifbaar zijn. Op basis van Jansen & Stukker (2003) is er voor dit onderzoek de door hun genoemde 'nieuwe' soort directe structuur gecreëerd en dat is de PPPP-structuur met de 'push' vooraan geplaatst. Omdat de indirecte structuur een minder afwijzende lezer kan opleveren, is de originele PPPP-structuur (in het vervolg indirecte structuur) vergeleken met de nieuwe PPPP-structuur, die ook volgens Jansen & Stukker onder de directe structuur gerekend kan worden. De kern bij deze directe structuur kwam dus vooraan te staan, wat overeenkomt met de eerder beschreven directe structuur, waarbij de kern "op de eerste plaats" komt. Hierbij is geen rekening gehouden met het advies van De Jong, (2002) over de toepassing van de directe structuur om een ingewikkelde brief in te leiden met een situerende alinea (in tabel 1 variant 1b). Aan beide structuren is een afsluitende alinea toegevoegd, die op de laatste plek stond. In paragraaf 4.2 is de volgorde van de ontworpen brieven schematisch weergegeven.

De stijl diende volgens de criteria duidelijk, persoonlijk en positief te zijn en de toon diende afgestemd te worden op de relatie met de lezer. De toon kan worden uitgedrukt door de keuze van de aanspreekvorm, die is gemanipuleerd. Voor de manipulatie is een brief zonder aansprekingen opgesteld (indirecte aanspreking) en een variant van de brief met aansprekingen d.m.v. *je* (directe aanspreking). Daarbij is de zinsopbouw zoveel mogelijk hetzelfde gehouden. De directe aanspreking kan op de volgende manieren voorkomen: "ben jjj ook geïnteresseerd?" En: "als je geïnteresseerd bent". De tweede variant is de vorm die voornamelijk in dit onderzoek is toegepast. De indirecte aanspreking zou dan zijn: "mensen die interesse hebben". De enige aanwezige imperatief in de brieven in de zin "bezoek deze (de portal) dus snel", is overigens wel bewaard gebleven in de indirecte varianten omdat hierbij geen gebruik is gemaakt van *je*. Om de directe aansprekingen tot indirect om te vormen zijn voornamelijk nominalisaties gebruikt. Twee voorbeelden van de varianten zoals zij in de brieven gemanipuleerd zijn, zijn te zien in tabel 3.

Directe aanspreekvorm	Indirecte aanspreekvorm
<p>Hierdoor kun jij als X-medewerker op een eenvoudige manier je weg binnen X vinden, en dit geldt ook voor de overige medewerkers</p>	<p>Hierdoor kunnen de X-medewerkers op een eenvoudige manier hun weg binnen X vinden en dit geldt ook voor de overige medewerkers.</p>
<p>Overigens is een dergelijke Portal nooit af en altijd 'under construction', dus jouw opmerkingen en tips zijn altijd welkom. En ook als je nieuwe informatie hebt voor op de Portal kun je contact opnemen met ondergetekende.</p>	<p>Overigens is een dergelijke Portal nooit af en altijd 'under construction', dus opmerkingen en tips zijn altijd welkom. En ook voor nieuwe informatie voor op de Portal, kan contact opgenomen worden met ondergetekende.</p>

Tabel 3: Voorbeelden van de verschillen tussen de directe en de indirecte aanspreking in het onderzoeksmateriaal.

In de directe versie wordt de lezer aangesproken en is een bezittelijk voornaamwoord aanwezig.

In de indirecte versie is de handelende persoon weggelaten of met een substantief aangeduid.

4.3.2 De vragenlijst

Aan de hand van de vragenlijst is de waardering en de overtuigingskracht van de veranderingsbrieven gemeten. Hiervoor heb ik de afhankelijke variabele waardering in een aantal deelaspecten of clusters opgesplitst en zijn bijpassende vragen geformuleerd. Zie voor de vragenlijst de bijlagen 4. De clusters staan in onderstaand overzicht met voorbeelden van bijbehorende vragen.

Tekstwaardering

- Waardering structuur van de tekst (bv. De tekst is logisch opgebouwd)
- Waardering duidelijkheid van de tekst (bv. De tekst is duidelijk geschreven)
- Deskundigheid van de zender (bv. De schrijver lijkt mij deskundig)
- Respect voor de lezer (bv. De schrijver neemt me serieus)
- Persoonlijke / onpersoonlijke stijl (bv. De tekst is persoonlijk geschreven)
- Waardering aantrekkelijkheid van de tekst (bv. De tekst nodigt uit om verder te lezen)

Overtuigingskracht

- Overtuigingen ten aanzien van de kenmerken van het onderwerp (bv. De X Portal is nuttig)

- Attitudes ten aanzien van het onderwerp (bv. Ik heb een positieve indruk van de X Portal)
- Intenties ten aanzien van het onderwerp (bv. Ik wil graag meer informatie over de X Portal)

Overige

- Consequentiebetrokkenheid (bv. Ik word graag op de hoogte gehouden van nieuwe ontwikkelingen rondom informatievoorziening)
- Realistische tekst (bv. Ik zou deze mail ook in het echt kunnen ontvangen)

De vragenlijst bestaat uit 30 stellingen die kunnen worden beoordeeld aan de hand van een zevenpunts Likert-schaal van zeer mee oneens tot zeer mee eens. Voor een groot deel zijn de vragen gebaseerd op Hoeken (1998). Een toevoeging van vragen was nodig op het gebied van structuur, opbouw en duidelijkheid in verband met het effect van directe en indirecte structuur op de tekstwaardering. Bovendien zijn vragen over de consequentiebetrokkenheid toegevoegd, omdat de mate van consequentiebetrokkenheid van invloed kan zijn op de waardering van de tekst. En de vraag hoe realistisch de tekst wordt ervaren, is toegevoegd om te kunnen veronderstellen dat de tekst een goede representatieve brief is waardoor generalisatie mogelijk wordt. Resultaten op basis van uitspraken over een brief die nooit verstuurd zou kunnen worden (binnen afdeling X), zijn namelijk niet bruikbaar.

Een tweetal vragen (10 en 18) is negatief geformuleerd om te voorkomen dat de proefpersoon op een automatische manier de antwoorden ging invullen. Naast de stellingvragen is er gevraagd naar leeftijd, geslacht, opleidingsniveau en functie. Tot slot was er ruimte voor een opmerking over de stijl van de brief.

4.4 Procedure

Voor dit onderzoek is een vooraankondiging via e-mail verspreid onder de doelgroep. In deze e-mail heb ik mijzelf voorgesteld en de reden van de e-mail beschreven, namelijk dat ik onderzoek deed in het kader van interne communicatie. Dit is gedaan om de doelgroep alvast erop attent te maken om mee te werken. Twee weken later werd de e-mail verstuurd met weer een uitleg, deze keer meer uitgebreid over de procedure van het onderzoek, met een link naar de enquête. Zie voor de e-mail-instructies bijlage 5.

Er is voor een online enquête gekozen omdat dit het voordeel met zich bracht dat veel proefpersonen in korte tijd benaderd konden worden op een manier waaraan zij gewend zijn, via e-mail en een oordeel gevend op het internet. Het is namelijk zo dat vele X-medewerkers gewend zijn een nieuw programma te testen en hun oordeel dan ook via internet door te geven. Daarnaast ontvangen zij veel van het te onderzoeken soort nieuwsbrieven via e-mail waardoor zij die dus op beeldscherm zien. Een papieren versie zou wellicht niet representatief zijn. Het nadeel

van deze methode is dat de onderzoeker geen zicht heeft op de proefpersonen en daardoor niet weet in hoeverre de proefpersonen de instructies opvolgen. Dit kan een risico vormen op de interne validiteit van dit onderzoek. Er was overigens geen tijdslimiet en de proefpersonen mochten de brief teruglezen. Wanneer de proefpersonen de enquête openden, zagen zij eerst een instructie en vervolgens de brief. Daaronder stonden de vragen weergegeven. Na het invullen van de vragen konden zij hun e-mailadres invullen in het geval zij geïnteresseerd waren in de resultaten van het onderzoek. Door het drukken op de verzend-button, verstuurd de proefpersonen vervolgens de resultaten naar een database. De data zijn vervolgens verwerkt in het statistiekprogramma SPSS.

5. Resultaten

In dit hoofdstuk wordt de toetsing van de hypotheses besproken. Eerst wordt de respons per versie besproken en vervolgens de uitgevoerde randomisatiecontrole. Daarna komen de hypotheses aan bod. Tot slot zullen de overige resultaten behandeld worden.

5.1 Respons per versie

In totaal zijn er 370 e-mails verstuurd met de link naar de enquête. 131 personen hebben de enquête ingevuld. Hiervan bleken de gegevens van 2 personen onbruikbaar doordat zij de enquête niet hadden afgemaakt, of teveel 'missing items' opleverden (meer dan 15). Uiteindelijk bleven er 129 proefpersonen over waarvan de gegevens zijn geanalyseerd. De verdeling van het aantal personen per versie is in onderstaande tabel weergegeven. Zoals te zien is, is de verdeling behoorlijk gelijk gebleven. Het percentage bruikbare respons ten opzichte van het aantal dat is uitgestuurd is 34,86%.

Versie	Verstuurd	Ingevuld
1	93	29
2	93	33
3	92	34
4	92	33

Tabel 4: Het aantal verstuurde en ingevulde vragenlijsten per versie

5.2 Randomisatiecontrole

Om uit te sluiten dat eventuele effecten veroorzaakt worden door storende variabelen als leeftijd, geslacht en consequentiebetrokkenheid, is er een randomisatiecontrole uitgevoerd. Wanneer uit deze controle blijkt dat deze variabelen gelijk verdeeld zijn over de versies, kunnen eventuele verschillen tussen de versies geweten worden aan de manipulaties. In Tabel 5 staan het aantal mannen en vrouwen per versie weergegeven.

Versie	Man	Vrouw	Totaal
1	27	2	29
2	29	4	33
3	31	3	34
4	28	4	(plus 1 *) 32
Total	115	13	(plus 1) 129

Tabel 5: De man/vrouwverdeling per versie (* Van één proefpersoon is het geslacht onbekend)

Om te kijken of de variabele geslacht goed verdeeld is over de vier versies, is er een chi-kwadraattoets uitgevoerd. Hieruit bleek dat de verschillende versies in dit opzicht niet significant van elkaar verschillen ($\chi^2 = 0.74$, $df=3$, $p = 0.87$). De distributie is dus gelijk over de vier versies.

Opvallend is dat van de 129 proefpersonen er 115 man zijn en slechts 13 vrouw (en één onbekend). Dit is echter goed te verklaren aangezien er meer mannen binnen dit ICT-bedrijf werken dan vrouwen.

De leeftijd van de informanten varieerde van 23 tot 62 jaar en de gemiddelde leeftijd was 45,2. Om te kijken of de leeftijden bij de verschillende versies overeenkomen, is er een ANOVA uitgevoerd. Hieruit bleek dat de versies niet significant verschillen wat leeftijd betreft ($F=0.59$, $df=3$, 124 , $p=0.62$).

Aangezien de consequentiebetrokkenheid ook effect zou kunnen hebben op de tekstwaardering zijn ook hierop de verschillende versies via een ANOVA-test vergeleken. De verschillen tussen de versies bleken niet significant ($F=0.13$, $df=3$, 123 , $p=0.94$).

Om te weten of de toetsing van de hypothesen gebaseerd is op een realistische brief, is eerst gekeken of de proefpersonen de brief reëel vonden. Hiervoor is een cluster gemaakt van de vragen 2 (ik vind de tekst realistisch) en 12 (ik zou deze mail ook in het echt kunnen ontvangen). Deze vragen hangen betrouwbaar samen ($\text{Alpha}=0.77$). De gemiddelde score van dit cluster is 5,04 (SD 1,03) en geeft aan dat de proefpersonen de tekst als reëel beschouwen. De verschillende versies verschillen op dit punt niet significant van elkaar ($F=0.38$, $df=3$, 125 , $p=0.77$), wat betekent dat het realistisch gehalte geen storende variabele vormt.

5.3 Betrouwbaarheid van de vragen

Voordat de hypothesen getoetst werden, zijn de items van de negatief geformuleerde vragen omgepold. Dit waren de vragen 10 (de tekst is afstandelijk van toon) en 18 (de schrijver maakt een opdringerige indruk).

Eerst is de betrouwbaarheid van alle vragen gemeten, met uitzondering van de vragen over het realistisch gehalte van de tekst, omdat die niet de tekstwaardering meten. Omdat de betrouwbaarheid van de vragen onderling hoog samenhang ($\text{Alpha} = .95$), kon worden geconcludeerd dat zij hetzelfde meten. In de volgende paragraaf worden de resultaten besproken van de toetsen die op de gemiddelde somscore van deze vragen zijn uitgevoerd.

Daarna is ook de betrouwbaarheid van de clusters gemeten. Wanneer de clusters hoog samenhangen is het ook interessant om de effecten van de manipulaties per cluster te bekijken. Tabel 6 op de volgende pagina geeft een overzicht van de Alphawaarden per cluster.

Cluster	Alpha	Alpha als item verwijderd is	Verwijderd(e) item(s)
Waardering structuur van de tekst	.81		
Deskundigheid van de zender	.73		
Respect voor de lezer	.67	.82	De schrijver maakt een opdringerige indruk_1
Persoonlijke / onpersoonlijke stijl	.48	.72	De tekst is zakelijk van toon
Waardering aantrekkelijkheid van de tekst	.89		
Overtuigingen ten aanzien van de kenmerken van het onderwerp	.77		
Attitudes ten aanzien van het onderwerp	.73		
Intenties ten aanzien van het onderwerp	.87		
Consequentiebetrokkenheid	.78		

Tabel 6: Betrouwbaarheid per cluster

De clusters hebben een betrouwbaarheid van Alpha > .70, wat betekent dat de vragen binnen de clusters voldoende samenhang vertonen.

5.4 Toetsing hypothesen

De hypothesen die waren opgesteld zijn:

H1: De directe aanspreekvorm zal een hogere tekstwaardering opleveren dan de indirecte aanspreekvorm.

H2: De directe structuur zal een hogere tekstwaardering opleveren dan de indirecte structuur.

H3: De conditie met de directe aanspreking en de directe structuur zullen de hoogste waardering opleveren.

Om de hypothesen te toetsen is er eerst een Meerweg-ANOVA uitgevoerd met structuur en aanspreekvorm als onafhankelijke variabelen en de gemiddelde somscore voor tekstwaardering als afhankelijke variabele. In tabel 7 worden de resultaten weergegeven aan de hand van de gemiddelde score op de tekstwaardering per conditie.

Conditie (structuur – aanspreekvorm)	Gemiddelde (St.dev.)
1. indirect – indirect	4,73 (0,75)
2. indirect – direct	4,95 (0,81)
3. direct – indirect	4,75 (0,71)
4. direct – direct	4,83 (0,77)

Tabel 7: De gemiddelde score (plus de standaarddeviatie) op de tekstwaardering per conditie

Uit deze toets bleek dat er geen significant hoofdeffect is van aanspreekvorm op tekstwaardering ($F=1.10$, $df=1$, 113 , $p=0.30$). Hiermee moet hypothese 1, waarbij een positief effect van een directe aanspreekvorm op de tekstwaardering werd verwacht, worden verworpen. Daarnaast

bleek ook dat er geen significant hoofdeffect is van structuur op tekstwaardering ($F=0.13$, $df=1$, 113 , $p=0.72$). Hypothese 2, waarbij een positief effect van de directe structuur op de tekstwaardering werd verwacht, kan dus niet worden bevestigd. Verder leverde de Meerweg-ANOVA geen significant interactie-effect op ($F= 0.24$, $df=1$, 113 , $p=0.63$). De hypothese dat een combinatie van een directe aanspreekvorm en een directe structuur een positief effect zou hebben op de tekstwaardering (hypothese 3) werd niet bevestigd. Ondanks het gebrek aan significante resultaten laat tabel 7 zien dat de proefpersonen in alle condities een positieve waardering voor de brieven hadden.

Om meer inzicht te krijgen in de eventuele effecten die de manipulaties veroorzaakt kunnen hebben, is er vervolgens een Meerweg-ANOVA uitgevoerd per cluster. De totaalgemiddelden en standaarddeviaties zijn verwerkt in tabel 8.

Clusters	C 1 Indirect - Indirect	C 2 Indirect - direct	C 3 Direct – Indirect	C 4 Direct - Direct
Structuur	4,86 (1,55)	5,23 (1,45)	7,65 (1,43)	4,90 (1,43)
Deskundigheid van de schrijver	4,60 (0,18)	5,05 (0,16)	4,71 (0,16)	4,71 (0,16)
Respect voor de lezer	3,92 (0,14)	4,18 (0,13)	3,77 (0,13)	4,09 (0,13)
Persoonlijke toon/stijl	3,96 (0,16)	4,59 (0,15)	4,07 (0,15)	4,73 (0,15)
Aantrekkelijkheid van de tekst	4,37 (0,21)	4,80 (0,20)	4,50 (0,19)	4,60 (0,20)
Overtuigingen	4,52 (0,18)	4,73 (0,17)	5,00 (0,18)	4,92 (0,17)
Attitudes	5,24 (0,17)	5,41 (0,16)	5,29 (0,16)	5,21 (0,16)
Intenties	4,78 (0,20)	4,92 (0,19)	4,53 (0,18)	4,70 (0,18)
Stellingen				
Duidelijkheid van de tekst	4,97 (0,23)	5,15 (0,22)	5,06 (0,22)	4,91 (0,22)
De schrijver maakt een opdringerige indruk_(omgepooled)	5,03 (0,25)	5,21 (0,23)	5,00 (0,23)	5,24 (0,23)
De tekst is zakelijk van toon	4,52 (0,21)	3,79 (0,20)	4,21 (0,19)	3,53 (0,19)

Tabel 8: gemiddelden en standaarddeviaties per conditie.

Er zijn geen interactie-effecten gevonden, wat betekent dat de combinatie van een specifieke aanspreekvorm met een specifieke structuur geen gecombineerd effect hebben. Wel is een aantal hoofdeffecten te rapporteren.

Bij het cluster 'respect voor de lezer' is een hoofdeffect gevonden ($F=4,91$, $df=1$, 124 , $p=0,03$). Dit betekent dat de varianten met de directe aanspreekvorm hoger scoorden en dus meer respect lijken te tonen voor de lezer, dan de varianten met de indirecte aanspreekvorm.

Ook bij het cluster 'persoonlijke toon/stijl' bleek een hoofdeffect aanwezig ($F=19,06$, $df=1$, 126 , $p<0,001$). Dit betekent dat de varianten met de directe aanspreekvorm als persoonlijker gewaardeerd zijn dan de varianten met de indirecte aanspreekvorm.

Het laatste hoofdeffect is waargenomen bij de stelling 'de tekst is zakelijk van toon' ($F=12,53$, $df=1$, 126 , $p=0,001$). Hierbij scoorden de varianten met de indirecte aanspreekvorm significant hoger op de waardering van een zakelijke toon. Deze versies worden dus als zakelijker beschouwd dan de varianten met de directe aanspreekvorm.

5.5 Overige resultaten

Rest nog de opmerkingen te bespreken die zijn geplaatst door de proefpersonen over de stijl van de brief. Tabel 9 geeft een overzicht van de opmerkingen per versie, verdeeld in structuur en aanspreekvorm.

Versie (structuur – aanspreekvorm)	Structuur	Toon	Overige
1 Indirect - Indirect	- langdradig - onlogische volgorde	- zou persoonlijker kunnen	- "X-organisatie" → last van managerial talk - X-organisatie → last van managerial talk
2 Indirect- Direct	+ goed opgebouwd 2x - weinig to the point 2x - praktijkvoorbeeld invoegen bovenaan de brief - vindt eerste paragraaf persoonlijker	- vindt eerste paragraaf persoonlijker dan de rest - droog + goed persoonlijk gericht - eerste alinea is te negatief + prettig, duidelijk en enthousiasmerend	- "management heeft besloten" → managerial talk + de voordelen worden goed benadrukt
3 Direct - Indirect	- mist inleiding	- weinig motiverend - te formeel en afstandelijk	- vindt de zinnen niet lekker lopen - tekst is niet pakkend - al dit soort brieven lijken op elkaar, interesse neemt af
4 Direct- Direct	+ zeer heldere duidelijke tekst en 'to the point' - mist inleiding en zinnen lopen niet lekker - mist inleiding - inleiding moet beter		- Tekst te ver rechts uitgelijnd

Tabel 9: Opmerkingen van de proefpersonen over de stijl van de brief.

Het merendeel van de opmerkingen in tabel 9 is in overeenkomst met de uitgevoerde manipulaties. Deze opmerkingen zijn echter wel voornamelijk negatief. Zo wordt de indirecte

structuur als langdradig en weinig 'to the point' beschouwd. En de proefpersonen met de directe versie, waarbij meteen de kern wordt weergegeven, geven aan een inleiding te missen.

Verder wordt over versie 2 met de directe aanspreekvorm gezegd dat de brief persoonlijk en enthousiasmerend is. De brieven met de indirecte aanspreekvorm worden duidelijk bestempeld als afstandelijk en onpersoonlijk.

Tot slot is opvallend dat bij versies 1 en 2 wordt 'geklaagd' over 'managerial talk'. Deze bevinding kwam ook in het kwalitatieve onderzoek naar voren. Het is dus goed mogelijk dat 'managerial talk' invloed heeft op de tekstwaardering. Overigens bevatten alle versies dezelfde inhoud, dus is het waarschijnlijk dat ook proefpersonen van andere versies zich daaraan hebben gestoord.

Het valt op dat de gemiddelden (zie tabel 7) van de directe structuur evenals de opmerkingen over de directe structuur minder positief zijn dan de gemiddelden en de opmerkingen bij de indirecte structuur. Verder blijkt dat de directe aanspreekvorm in de opmerkingen als prettiger wordt beoordeeld, wat wordt ondersteund door een hoger gemiddelde voor de varianten met een directe aanspreekvorm.

De kanttekening die ik bij bovenstaande resultaten moet plaatsen, is dat dit slechts een aantal uitspraken zijn. Wanneer alle proefpersonen een opmerking hadden geplaatst zou het beeld eventueel anders kunnen zijn.

6. Conclusie

In dit onderzoek is getracht een antwoord te vinden op de onderzoeksvraag:

In hoeverre zijn structuur en aanspreekvorm van invloed op de waardering van 'veranderingsmail'?

Na een kwalitatief onderzoek uitgevoerd te hebben waarbij commentaar is verzameld van een veranderingsmail, is besloten het effect van de variabelen structuur en aanspreekvorm te meten in een kwantitatief onderzoek. Hiervoor zijn vier versies van een veranderingsmail opgesteld waarin die variabelen zijn gemanipuleerd in de vorm van een directe / indirecte structuur en een directe / indirecte aanspreekvorm. Verwacht werd 1) dat de directe aanspreekvorm een hogere tekstwaardering zou opleveren dan de indirecte aanspreekvorm, 2) dat de directe structuur een hogere tekstwaardering zou opleveren dan de indirecte structuur en 3) dat een combinatie van de directe varianten een hogere tekstwaardering zou opleveren dan de overige combinaties. Uit het kwantitatieve onderzoek bleken echter geen significante verschillen in de algemene tekstwaardering van de versies. Dit betekent dat de hypothesen die gebaseerd waren op de besproken literatuur verworpen moesten worden. Op basis van dit experiment moet dus gesteld worden dat geen enkele variant de voorkeur verdient.

Wel bleek dat de versies met de directe aanspreekvorm significant hoger scoorden dan de versies met de indirecte aanspreekvorm wat de waardering betreft voor het 'respect voor de lezer'. Bovendien scoorden de directe aanspreekvarianten significant hoger op de waardering voor de persoonlijke toon van de tekst. Verder bleken de versies met de indirecte aanspreekvorm significant hoger te scoren op de waardering voor een zakelijke toon dan de versies met de directe aanspreekvorm. Structuur bleek geen significante invloed te hebben op de waardering van de brieven.

Tot slot kunnen de extra opmerkingen van de proefpersonen worden meegenomen in de aanbevelingen. Er moet dan wel rekening gehouden worden met het feit dat niet alle proefpersonen een opmerking hebben ingevuld. Drie proefpersonen vonden de indirecte structuur langdradig (of iets in die trant). Bij de directe structuur werd de inleiding gemist. De versies met de directe aanspreekvorm vond men persoonlijk en die met de indirecte aanspreekvorm werden als afstandelijk beschouwd. Samenvattend lijkt op basis van de opmerkingen aan elk kenmerk een minpunt te kleven, behalve aan de directe aanspreekvorm. Wel moet in gedachten worden gehouden dat dit gebaseerd is op enkele opmerkingen en dat de uitspraken niet worden ondersteund door positievere waarderingen in het experiment.

7. Discussie

Het antwoord op de onderzoeksvraag op basis van het experiment luidt dat geen enkele versie de voorkeur verdient. Het is mogelijk dat het soort structuur of aanspreekvorm dat gebruikt wordt, voor lezers weinig effect heeft op hun waardering voor de tekst. Ook kan het er op duiden dat de verschillende versies niet op de goede manier van elkaar verschilden. De operationalisatie van de kern waarbij ik 'de informatie over de verandering' en 'de aanzet tot actie' heb samengenomen, kan eraan bijgedragen hebben dat geen van de versies de voorkeur verdienden. Doordat de kern twee belangrijke, of de twee belangrijkste, elementen bevat, is de brief wellicht niet genoeg uit elkaar getrokken. Wanneer de kern alleen de 'aanzet tot actie' of alleen de 'informatie over de verandering' zou bevatten, zou er eventueel wel een significant verschil in waardering gemeten kunnen worden. De brieven verschilden wel op de aangegeven variabelen, maar bevatten allen een goede structuur en toch ook wat 'managerial talk'. Over 'managerial talk' en een slechte structuur werd in het kwalitatieve onderzoek veel kritiek geuit. Wellicht zijn dit de factoren die de meeste invloed uitoefenen op de tekstwaardering.

Het kan ook zijn dat juist deze groep proefpersonen al zoveel e-mails op een dag ontvangt dat zij gewend is op een bepaalde manier de essentie uit de brief te kunnen halen, zonder dat het uitmaakt hoe deze is opgebouwd en welke aanspreekvorm wordt toegepast. Dit sluit ook aan op Brent (1985) die twijfels had bij de indirecte structuur omdat lezers in staat zijn hun eigen leesvolgorde te kiezen.

Verder moet worden gemeld dat het gebrek aan resultaten onderwerpfafhankelijk kan zijn. Wanneer voor een zwaarder onderwerp - een meer ingrijpende verandering - was gekozen, hadden mensen wellicht meer voorkeur voor een bepaalde variant kunnen hebben. Aansluitend op Janssen (1989) en Jansen & Stukker (2001), zou het kunnen dat de directe aanspreekvariant te negatief was overgekomen wanneer dit echt slecht nieuws was, bijvoorbeeld in de trant van een afwijzing. Het onderwerp 'Portal' was echter wel relevant voor dit onderzoek.

Als kritiek op mijn onderzoek kan ik de volgende punten noemen. Wanneer er een pretest was uitgevoerd, had getest kunnen worden of de versies wel echt als direct / indirect beschouwd werden. Verder had een pretest ook andere problemen aan het licht kunnen brengen waar ik nu geen weet van heb. Verder is de brief zo ontwikkeld dat de brief elementen bevat die verschuifbaar zijn, in verband met de PPPP-structuur waarbij de laatste P naar voren gehaald is. De briefelementen bevatten wel exact dezelfde inhoud. Dit kan een onnatuurlijk effect opleveren aangezien er nu minder gebruik gemaakt kon worden van verwijswaarden die alinea's op elkaar aan laten sluiten. Het zou eventueel kunnen dat de directe structuur niet gelijkwaardig was aan de indirecte structuur. Ook hierbij had een pretest kunnen uitwijzen of dit ook werkelijk een probleem kon vormen. Overigens heeft de check op het realistisch gehalte geen significante verschillen tussen de versies opgeleverd.

Maar wat betekenen de gevonden resultaten nu voor de theorie en de praktijk? Dit experiment heeft de bestaande theorieën bevestigd noch ontkracht. Wel zijn er interessante inzichten naar voren gekomen. Zo bleek de directe aanspreking als meer persoonlijk te worden ervaren en ook meer respect voor de lezer te tonen. De indirecte aanspreking werd als zakelijker beschouwd.

Uit het kwalitatieve onderzoek kwam naar voren dat veel proefpersonen zich ergerden aan 'managerial talk'. Constructies als "het managementteam heeft besloten dat..." dienen daarom vermeden te worden. Verder gaf een drietal proefpersonen aan een inleiding op prijs te stellen en van te voren te willen weten waar de brief over gaat. Het doel van de brief duidelijk maken is dus een belangrijk aandachtspunt. Dit kan met een "betreft..." of via het subjectvak. Bij een ingrijpende verandering is het echter niet aan te raden de verandering meteen in het subjectvak te noemen, de doelstelling kan dan in de inleiding worden gezet. Het gebruik van een duidelijke structuur en een prettige toon is aan te raden.

Ook kunnen de adviezen vanuit de literatuur worden overgenomen. Over het algemeen geldt een voorkeur voor de directe aanspreking (Hoeken, 1998; De Jong, 2002; Janssen, 1989) in verband met de zelfreferentie die het oproept. Dit sluit ook aan op de persoonlijke toon die het meebrengt zoals uit het experiment naar voren kwam. Pander Maat (2004) en Janssen (1999) waren terughoudender wanneer zij direct aanspreken in verband brachten met negatief nieuws. De enkele opmerkingen van de proefpersonen wezen er echter op dat de indirecte aanspreekvariant als onpersoonlijk en afstandelijk werd ervaren, wat ook in het experiment is bevestigd doordat de toon als zakelijker werd beschouwd. Op basis hiervan en de eerder genoemde resultaten geef ik het advies in veranderingsbrieven direct aan te spreken om de aandacht van de lezer te behouden, maar in de stukken met negatieve informatie wat meer afstand te nemen.

Wat structuurgebruik betreft is niet duidelijk welke structuur de voorkeur verdient voor veranderingsmail. Vooralsnog lijkt het er op dat de keuze van een bepaalde structuur geen invloed heeft op de tekstwaardering. Het algemene advies voor slechtnieuwsboodschappen en veranderingsmail is om deze goed te onderbouwen. Of deze uitleg nu voor of na de kern moet komen is wellicht onderwerpafhankelijk. Wel kan in gedachten gehouden worden dat wanneer e-mail gebruikt wordt voor een dergelijke boodschap, men een directe structuur verwacht omdat zij efficiënte communicatie wenst volgens Jansen & Stukker (2003). Dit werd bevestigd door enkele opmerkingen van de proefpersonen over de structuur. Wanneer een verandering vrij drastisch is, kan een combinatie van mediagebruik (bijvoorbeeld een brief met een mondelinge toelichting) de voorkeur verdienen.

Aangezien mijn onderzoek nog wat vraagtekens achterlaat, kan ik de volgende aanbevelingen doen voor vervolgonderzoek. Er is hier gebruik gemaakt van een compleet directe aanspreekvorm en een compleet indirecte aanspreekvorm. Janssen e.a.(1999), Jansen & Stukker (2001) en Pander Maat (2004) toonden echter aan dat de directe aanspreking in combinatie met

negatieve informatie moet worden vermeden. Een combinatie van een directe aanspreking met een indirecte aanspreking in de alinea's waar de negatieve persoonlijke consequenties worden benadrukt, zou een hogere tekstwaardering kunnen opleveren. Dit is echter in strijd met het advies van Jaspers om één stijl aan te houden (1987). Een onderzoek met een combinatie van deze stijlen in één tekst zou wel interessant kunnen zijn en mogelijk het advies van Jaspers kunnen bevestigen of ontkrachten. Omdat de resultaten onderwerpafhankelijk zouden kunnen zijn, is het interessant een zelfde soort onderzoek te doen met meerdere onderwerpen. Ook is het gebruik van een meer gevarieerde proefpersoongroep interessant in termen van generaliseerbaarheid. Aangezien 'managerial talk' veel schijnt voor te komen in soortgelijke brieven is tot slot een experiment met 'managerial talk' als onafhankelijke variabele interessant. Hiermee kan een verband met dit soort taalgebruik en tekstwaardering worden aangetoond of worden uitgesloten.

8. Literatuurlijst

- Beaupain, V. (2007) Stageverslag. Universiteit Utrecht.
- Brand, M. (2005) *Sorry, maar je komt nu echt te dichtbij. Een onderzoek naar het effect van aanspreekvormen in teksten die een duidelijk appèl doen op de lezer*. Doctoraalscriptie Communicatiekunde. Universiteit Utrecht.
- Brent, D. (1985). Indirect Structure and Reader Response. *The Journal of Business Communication* 22, 2, 5-8.
- Dent, E. & Galloway Goldberg, S. (1999). Challenging 'resistance to change'. *Journal of applied behavioral Science* 35, 1, 25-41.
- Duren, A. van & Manen, M. van. (2001) *Integraal veranderingsmanagement*. Assen: Koninklijke Van Gorcum.
- Hoeken, H. (1998) *Het ontwerp van overtuigende teksten. Wat onderzoek leert over de opzet van actieve reclame en voorlichting*. Bussum: Coutinho.
- Hoeken, H. & Poulssen, A. (1991). Aantrekkelijk taalgebruik in voorlichtingsteksten: het effect op waardering, begrip en beïnvloeding. *Tijdschrift voor Taalbeheersing* 13, 213-224.
- Huigen, A. (2004). *Bent u of ben jij de nieuwe collega die we zoeken?* Doctoraalscriptie Communicatiekunde. Universiteit Utrecht.
- Jansen, F. en Stukker, N. (2001). *Kramers direct mail*. Utrecht: Het Spectrum.
- Jansen, F. en Stukker, N. (2003). Met de deur in huis. Wordt direct mail steeds directer? *Onze Taal* 5, 114-116.
- Janssen, D. (Red.) (1989). *Zakelijke communicatie I*. Groningen: Wolters-Noordhoff.
- Janssen, D. (1999). Aanspreken als aanval. Over de effecten van aanspreken in burgerbrieven. *Taalbeheersing* 21, 4, 263-277.
- Janssen, D en Jansen, F. (2005). *U en je* in Postbus51-folders. *Tijdschrift voor taalbeheersing* 27, 3, 214-229.
- Jaspers, J (1987). Perspectiefkeuze in voorlichtingsteksten. *Toegepaste taalwetenschap in artikelen* 28, 81-92.
- Jong, J. de (Red.) (2002). *Zakelijk corresponderen. Handboek voor de professionele brieven-schrijver*. Groningen: Martinus Nijhoff.
- Krieger, T. (2007). *U komt helaas niet in aanmerking. Een onderzoek naar het afwijzen van sollicitanten per brief en via e-mail*. Masterscriptie Communicatiestudies. Universiteit Utrecht.
- Pander Maat, H.(2004). Aanspreken in ledenwervingsbrieven. *Tijdschrift voor Taalbeheersing* 26, 1, 55-69.
- Van Vuuren, M. (2006). *Why work? The contribution of value perceptions and efficacy expectations to organizational commitment*. Enschede: University of Twente. (Proefschrift).
- Vermaas, J.A.M.(2002). *Verandering van de Nederlandse aanspreekvormen van de dertiende tot en met de twintigste eeuw*. Utrecht: LOT.
- Vries, P. De (2003). *U of je; wat moeten we nou?* Doctoraalscriptie Communicatiekunde. Universiteit Utrecht.
- Watts Sussman, S. & Sproull, L. (1999). Straight talk: Delivering bad news through electronic communication. *Information Systems Research* 10, 2, 150-166.

9. Bijlagen

Bijlage 1: Kwalitatief onderzoek – brief met ‘content unit’-indeling	p. 40
Bijlage 2: Experimenteel onderzoek – de brief in vier versies	p. 42
Bijlage 3: Screenshots van de vragenlijst	p. 46
Bijlage 4: De vragenlijst (in clusters en in goede volgorde)	p. 47
Bijlage 5: Instructie	p. 49

Bijlage 1: Kwantitatief onderzoek – brief met ‘content unit’-indeling

1	Beste XXXX
2	Zoals je recentelijk op <i>intranet</i> hebt kunnen lezen ben ik gevraagd om per 1 juli de verantwoordelijkheid van de Business unit X ³ op me te nemen. ??? heeft tegelijkertijd de verantwoordelijkheid van Y overgenomen. De voornaamste reden van de managementwisseling is dat in het ontwerp van het nieuwe X veel principes zijn terug te vinden die binnen de Y organisatie al jaren succesvol functioneren en dat we aannemen dat ik met deze kennis en ervaring een extra versnelling kan bereiken in het inbedden van deze principes in X
3	Mijn komst naar X is feitelijk een terugkeer, want ik ben eerder eindverantwoordelijk geweest voor X. Hoewel dit al weer de nodige jaren geleden is, geeft de komst naar X mij een vertrouwd gevoel en veel nieuwe energie om met jouw hulp het nieuwe X gestalte te geven.
4	Ik heb kennis genomen van de transitie die door mijn collega ??? is ingezet. Het principe van lokale inzet én landelijke solutions én competence ontwikkeling kan X nog succesvoller maken. Deze transitievoorbereiding is vrijwel afgerond en ik ondersteun van harte de verdere inrichting hiervan per 1 september a.s.
5	Op één onderdeel zie ik nog een te bereiken verbetering. Aan het ontwerp van de A practice liggen uitstekende principes ten grondslag die ik cruciaal vind voor het nieuwe X. Ik meen echter dat X nog sterker wordt als elk van de vijf competence practices een solution functie heeft, waardoor de competence ontwikkeling verder wordt gestimuleerd en er ook in de vijf competence practices interessante projecten uitgevoerd kunnen worden.
6	Wij hebben daarom in het X Managementteam besloten om in elk van de vijf competence practices een solution functie op te bouwen vanuit de huidige A practice. De A practice houdt daarna op te bestaan als separate eenheid. Uiteraard is met alle medewerkers van de A practice gesproken over hun nieuwe functie in de nieuwe organisatie en is er daardoor continuïteit gewaarborgd voor deze belangrijke activiteiten.
7	???, eerder dit jaar zowel manager van de regionale practice X-I en de A-practice, wordt per 1 september eindverantwoordelijk voor X-II. We nemen dan afscheid van ??? die X-I thans op interim basis leidt.

³ Om anonimiteit te waarborgen zijn de verschillende afdelingen met een letter aangeduid. Namen zijn vervangen door vraagtekens.

8	Op 1 juli is tevens ??? benoemd tot Portfoliomanager van X. ??? heeft in de afgelopen jaren bij Y dezelfde functie vervuld. ??? wordt hierin ondersteund door de Innovatie- en Business Development manager X, ???, en door de Productmanager X, ???.
9	Vorige week heb je een brief ontvangen van ??? waarin practice meetings zijn aangekondigd waar terugkoppeling wordt gegeven over het eerder gehouden medewerkerstevredenheidonderzoek. Ik zal voor X bij elk van deze bijeenkomsten aanwezig zijn, waardoor ik de kans heb je te ontmoeten. Ik kijk daar naar uit.
10	Voor nu wens ik je een plezierige vakantie toe en ontmoet je graag in september op de practice meeting.
11	Met vriendelijke groet, ???

Bijlage 2: Experimenteel onderzoek – de brief in vier versies**Conditie 1: indirecte structuur en indirecte aanspreekvorm**

Aandacht → Interesse → Desire → Verandering+actie (kern) → Afsluiting

Beste X-medewerker⁴,

(Picture / inleiding)

Tot voor kort moesten X-medewerkers informatie over X voor een groot deel zelf verzamelen. Met alle verschillende bronnen en kanalen, kon dit weleens onhandig zijn.

(Promise / oplossing)

De X-organisatie vindt het belangrijk dat we op dit punt oplossingen blijven zoeken. En nu kunnen wij melden dat de eerste stap is gezet voor het centraliseren van alle X-informatie, in de vorm van een Portal

(Prove / achtergrond)

Deze ruimte op *Intranet* biedt de mogelijkheid om alle organisatorische informatie, contactgegevens, informatie over Solutions en Clients, nieuwsbrieven en vele andere zaken op een aantrekkelijke manier te presenteren en te raadplegen. Hierdoor kunnen de X-medewerkers op een eenvoudige manier hun weg binnen X vinden en dit geldt ook voor de overige *medewerkers*. Bovendien wordt binnenkort op deze portal een nieuwspagina toegevoegd waar alle laatste nieuwsitems op gevonden kunnen worden.

(Push / aanzet tot actie / kern)

Het managementteam heeft besloten een X Portal te ontwikkelen en deze is vanaf nu in de lucht. Bezoek hem dus snel op <http://www.XYZ?.nl> en gebruik het voortaan als informatiekanaal.

(Afsluiting)

Overigens is een dergelijke Portal nooit af en altijd 'under construction', dus opmerkingen en tips zijn altijd welkom. En ook voor nieuwe informatie voor op de Portal, kan contact opgenomen worden met ondergetekende.

Met vriendelijke groeten,

Ook namens het Portal-team,

Valérie Beaupain

T: 06-41272298

E: valerie.beaupain@???.com

⁴ In de vier versies van de brieven zijn de afdelingsnaam en andere herkenbare namen vervangen door een X, vraagtekens, of een synoniem.

Conditie 2: Indirecte structuur en directe aanspreekvorm

Aandacht → Interesse → Desire → Verandering+actie (kern) → Afsluiting

Beste X-medewerker,

(Picture / inleiding)

Tot voor kort moest **je** als X-medewerker informatie over X voor een groot deel zelf verzamelen. Met alle verschillende bronnen en kanalen, kon dit weleens onhandig zijn.

(Promise / oplossing)

De X-organisatie vindt het belangrijk dat we op dit punt oplossingen blijven zoeken. En nu kunnen wij **je** melden dat de eerste stap is gezet voor het centraliseren van alle X-informatie, in de vorm van een Portal.

(Prove / achtergrond)

Deze ruimte op Source biedt **je** de mogelijkheid om alle organisatorische informatie, contactgegevens, informatie over Solutions en Clients, nieuwsbrieven en vele andere zaken op een aantrekkelijke manier te presenteren en te raadplegen. Hierdoor kun **jij** als X-medewerker op een eenvoudige manier **je** weg binnen X vinden, en dit geldt ook voor de overige *medewerkers*. Bovendien wordt binnenkort op deze portal een nieuwspagina toegevoegd waar **je** alle laatste nieuwsitems op kunt vinden.

(Push / aanzet tot actie / kern)

Het managementteam heeft besloten een X Portal te ontwikkelen en deze is vanaf nu in de lucht. Bezoek hem dus snel op <http://www.XYZ?.nl> en gebruik het voortaan als informatiekanaal.

(Afsluiting)

Overigens is een dergelijke Portal nooit af en altijd 'under construction', dus **jouw** opmerkingen en tips zijn altijd welkom. En ook als **je** nieuwe informatie hebt voor op de Portal kun **je** contact opnemen met ondergetekende.

Met vriendelijke groeten,

Ook namens het Portal-team,

Valérie Beaupain

T: 06-41272298

E: valerie.beaupain@???.com

Conditie 3: directe structuur en indirecte aanspreekvorm

Verandering+actie (kern) → Aandacht → Interesse → Desire → Afsluiting

Beste BAS-medewerker,

(Push / aanzet tot actie / kern)

Het managementteam heeft besloten een X Portal te ontwikkelen en deze is vanaf nu in de lucht. Bezoek hem dus snel op <http://www.XYZ?.nl> en gebruik het voortaan als informatiekanaal.

(Picture / inleiding)

Tot voor kort moesten X-medewerkers informatie over X voor een groot deel zelf verzamelen. Met alle verschillende bronnen en kanalen, kon dit weleens onhandig zijn.

(Promise / oplossing)

De X-organisatie vindt het belangrijk dat we op dit punt oplossingen blijven zoeken. En nu kunnen wij melden dat de eerste stap is gezet voor het centraliseren van alle X-informatie.

(Prove / achtergrond)

Deze ruimte op *intranet* biedt de mogelijkheid om alle organisatorische informatie, contactgegevens, informatie over Solutions en Clients, nieuwsbrieven en vele andere zaken op een aantrekkelijke manier te presenteren en raadplegen. Hierdoor kunnen de X-medewerkers op een eenvoudige manier hun weg binnen X vinden, en dit geldt ook voor de overige *medewerkers*. Bovendien wordt binnenkort op deze portal een nieuwspagina toegevoegd waar alle laatste nieuwsitems op te vinden zijn.

(Afsluiting)

Overigens is een dergelijke Portal nooit af en altijd 'under construction', dus opmerkingen en tips zijn altijd welkom. En ook voor nieuwe informatie voor op de Portal, kan contact opgenomen worden met ondergetekende.

Met vriendelijke groeten,

Ook namens het Portal-team,

Valérie Beaupain

T: 06-41272298

E: valerie.beaupain@???.com

Conditie 4: directe structuur en directe aanspreekvorm

Verandering+actie (kern) → Aandacht → Interesse → Desire → Afsluiting

Beste X-medewerker,

(Push / aanzet tot actie / kern)

Het managementteam heeft besloten een X Portal te ontwikkelen en deze is vanaf nu in de lucht. Bezoek hem dus snel op <http://www.XYZ?.nl> en gebruik het voortaan als informatiekanaal.

(Picture / inleiding)

Tot voor kort moest **je** als X-medewerker informatie over X voor een groot deel zelf verzamelen. Met alle verschillende bronnen en kanalen, kon dit weleens onhandig zijn.

(Promise / oplossing)

De X-organisatie vindt het belangrijk dat we op dit punt oplossingen blijven zoeken. En nu kunnen wij **je** melden dat de eerste stap is gezet voor het centraliseren van alle X-informatie.

(Prove / achtergrond)

Deze ruimte op *intranet* biedt **je** de mogelijkheid om alle organisatorische informatie, contactgegevens, informatie over Solutions en Clients, nieuwsbrieven en vele andere zaken op een aantrekkelijke manier te presenteren en te raadplegen. Hierdoor kun **jij** als X-medewerker op een eenvoudige manier **je** weg binnen X vinden, en dit geldt ook voor de overige *medewerkers*. Bovendien wordt er binnenkort op deze portal een nieuwspage toegevoegd waar **je** alle laatste nieuwsitems op kunt vinden.

Afsluiting

Overigens is een dergelijke Portal nooit af en altijd 'under construction', dus **jouw** opmerkingen en tips zijn altijd welkom. En ook als **je** nieuwe informatie hebt voor op de Portal kun **je** contact opnemen met ondergetekende.

Met vriendelijke groeten,

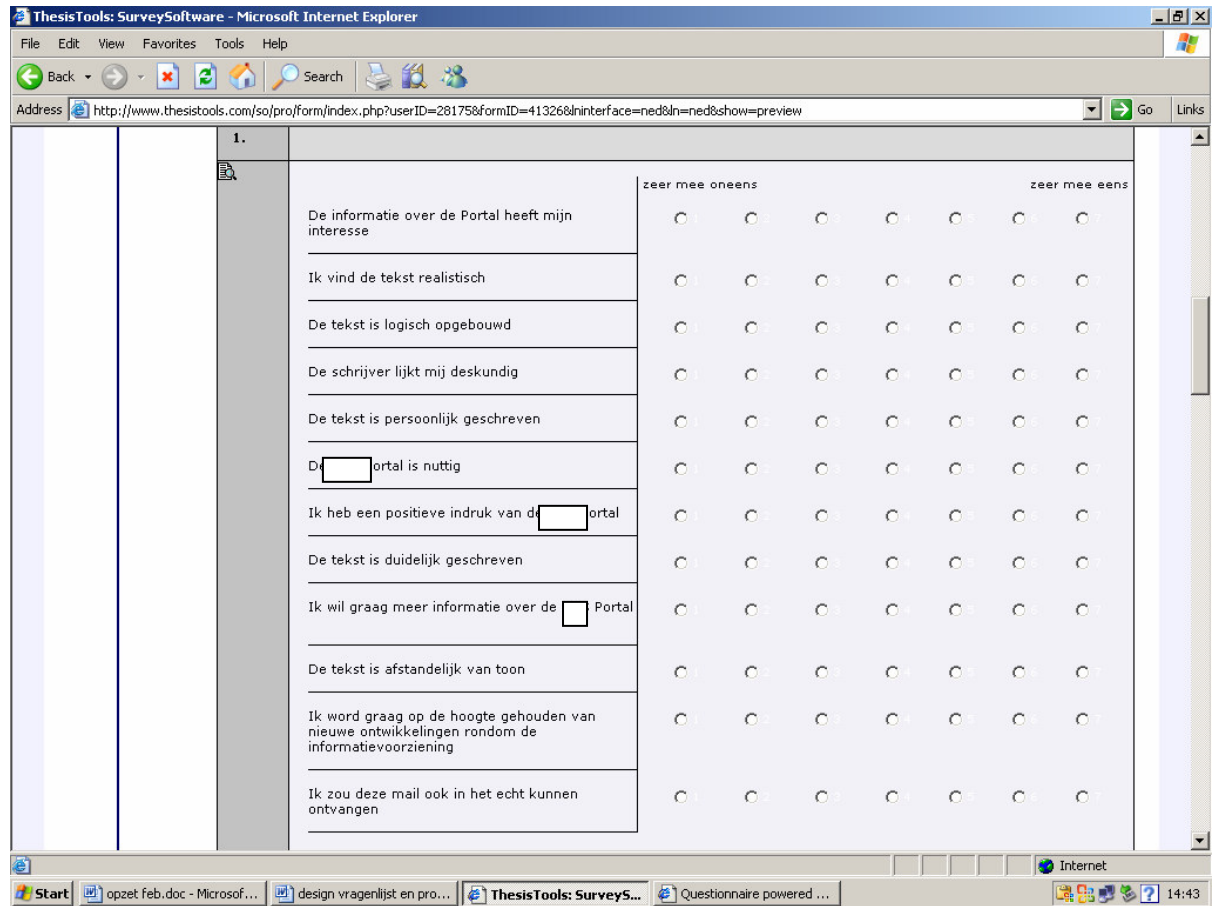
Ook namens het Portal- team,

Valérie Beaupain

T: 06-41272298

E: valerie.beaupain@???.com

Screenshots van de vragenlijst



Bijlage 4: De vragenlijst**Vragenlijst per cluster***Waardering structuur van de tekst*

- 3. De tekst is logisch opgebouwd
- 14. De tekst is overzichtelijk

Waardering duidelijkheid van de tekst

- 8. De tekst is duidelijk geschreven

Waardering aantrekkelijkheid van tekst

- 17. De tekst leest lekker weg
- 20. De tekst is vlot geschreven
- 22. De tekst nodigt uit om verder te lezen

Deskundigheid van de zender

- 4. De schrijver lijkt mij deskundig
- 15. De schrijver werkt doelgericht

Respect voor de lezer

- 18. De schrijver maakt een opdringerige indruk
- 25. Ik sta op gelijke voet met de schrijver
- 27. De schrijver neemt me serieus

Persoonlijke / onpersoonlijke stijl

- 5. De tekst is persoonlijk geschreven
- 16. De tekst is informeel geschreven
- 10. De tekst is afstandelijk van toon
- 30. De tekst is zakelijk van toon

Overtuigingen ten aanzien van de kenmerken van het onderwerp,

- 6. De X Portal is nuttig
- 21. De X Portal biedt informatie die ik zoek

Attitudes ten aanzien van het onderwerp

- 7. Ik heb een positieve indruk van de X Portal
- 19. Ik vind de ontwikkeling van de X Portal een goed idee
- 28. Het is een goed idee om de medewerkers in te lichten over deze verandering

Intenties ten aanzien van het onderwerp

- 9. Ik wil graag meer informatie over de X Portal
- 23. Ik wil de X Portal bezoeken
- 13. De kans dat ik de Portal ga bezoeken, acht ik..... zeer klein – zeer groot
- 26. De kans dat ik mee ga helpen, acht ik ... zeer klein – zeer groot
- 29. Ik wil informatie aanleveren voor de Portal.

Consequentiebetrokkenheid

- 1. De informatie over de Portal heeft mijn interesse
- 11. Ik word graag op de hoogte gehouden van nieuwe ontwikkelingen rondom informatievoorziening
- 24. Het verbeteren van de informatievoorziening vind ik belangrijk

Realistisch

- 2. Ik vind de tekst realistisch
- 12. Ik zou deze mail ook in het echt kunnen ontvangen

Vragenlijst

Bovenstaande vragen zijn in de volgende vragenlijst verwerkt:

1. De informatie over de Portal heeft mijn interesse
2. Ik vind de tekst realistisch
3. De tekst is logisch opgebouwd
4. De schrijver lijkt mij deskundig
5. De tekst is persoonlijk geschreven

6. De X Portal is nuttig
7. Ik heb een positieve indruk van de X Portal
8. De tekst is duidelijk geschreven
9. Ik wil graag meer informatie over de X Portal
10. De tekst is afstandelijk van toon

11. Ik word graag op de hoogte gehouden van nieuwe ontwikkelingen rondom de informatievoorziening
12. Ik zou deze mail ook in het echt kunnen ontvangen
13. De kans dat ik de Portal ga bezoeken, acht ik zeer klein ... zeer groot
14. De tekst is overzichtelijk
15. De schrijver werkt doelgericht

16. De tekst is informeel geschreven
17. De tekst leest lekker weg
18. De schrijver maakt een opdringerige indruk
19. Ik vind de ontwikkeling van de X Portal een goed idee
20. De tekst is vlot geschreven

21. De X Portal biedt informatie die ik zoek
22. De tekst nodigt uit om helemaal door te lezen
23. Ik wil de X Portal bezoeken
24. Het verbeteren van de informatievoorziening vind ik belangrijk
25. Ik sta op gelijke voet met de schrijver

26. De kans dat ik mee ga helpen, acht ik ... zeer klein – zeer groot
27. De schrijver neemt me serieus
28. Het is een goed idee om de medewerkers in te lichten over deze verandering
29. Ik wil informatie aanleveren voor de Portal.
30. De tekst is zakelijk van toon

Bijlage 5: Instructie

Beste medewerker van de X-Practice,

Zoals eerder aangekondigd, stuur ik je hierbij een link naar de online enquête voor mijn onderzoek:
<http://www.thesistools.com/so/web/index.php?formID=41993&ln=ned&page=1&uid=>

Wanneer je op de link klikt, kom je op een inlogscherf waar je je emailadres of naam in kunt invullen.

Vervolgens kom je bij de enquête terecht waar je eerst een korte brief dient te lezen, om daar vervolgens vragen over te beantwoorden. Tijdens het invullen mag je terugkijken in de brief, maar het hoeft niet. Vertrouw vooral op je eerste ingeving.

Het lezen en het invullen van de enquête zal bij elkaar slechts zo'n 5 minuten duren.

Na het drukken op de verzend-button zijn de gegevens verzonden. Helaas kan het voorkomen dat er daarna nog een enquête van thesistools verschijnt. Deze hoeft je uiteraard niet in te vullen.

Het doel van dit onderzoek is inzicht te krijgen in hoe X-medewerkers bepaalde teksten waarderen. Deze interessante data verzamel ik voor X en voor mijn scriptie (Communicatiestudies). Ik hoop dus van harte op een hoge respons!

Graag uiterlijk vrijdag 11 januari reageren.
Alvast bedankt!

Met vriendelijke groeten,

Valérie Beaupain