

# De waardering van positieve politeness-strategieën in Nederlandse afwijzingsbrieven

Daniël Janssen & Frank Jansen

*In zakelijke communicatie komt het voor dat een bedrijf een sollicitant of een verzekeringsclaim moet afwijzen. Een dergelijk bericht schaadt het 'face' van de ontvanger. In het kader van de politeness-theorie van Brown & Levinson (1987) valt te verwachten dat zo'n afwijzing wordt verzacht door de inzet van een of meer beleefdheidsstrategieën. In deze bijdrage onderzoeken wij door middel van een experiment de waardering van twee aspecten van (positieve) beleefdheidsstrategieën: het effect van de plaats van deze strategieën ten opzichte van de formulering van de afwijzing (direct ervoor of direct erna) en van de 'stapeling' van twee en drie strategieën.*

## 1 Inleiding

Als taalgebruikers communiceren, hebben zij er niet alleen belang bij dat ze elkaar begrijpen, maar ook dat hun relatie door de communicatie niet onnodig belast of zelfs geschaad wordt. In de pragmatiek is dit idee gekoppeld aan het begrip 'face' (gevoel van eigenwaarde). Taalgebruikers zijn erop gericht om tijdens interacties hun eigen 'face' en dat van hun gesprekspartner te beschermen. Er worden twee soorten 'face' onderscheiden: een positieve en een negatieve. Het positieve 'face' heeft betrekking op de menselijke behoefte om lid te zijn van een bepaalde groep ('erbij te horen'). Het negatieve 'face' heeft betrekking op de behoefte om autonoom te zijn, zelf te mogen handelen zonder dat anderen je daarin belemmeren (zie o.a. Brown & Levinson, 1987; Goffman, 1976).

Nu is het onvermijdelijk dat iemands 'face' in het taalverkeer bedreigd wordt. Door bijvoorbeeld iemand iets te vragen (een tamelijk alledaagse taalhandeling), doe je al een aanval op zijn negatieve 'face'. Immers, van de ander wordt verwacht dat hij antwoord geeft en dat perkt zijn handelingsvrijheid in. Niet antwoorden is immers doorgaans geen reële optie. Nog duidelijker wordt dat bij een verzoek waarbij van de ander gevraagd wordt iets te doen wat hij misschien eigenlijk helemaal niet wil. Handelingen die een inbreuk maken op iemands 'face' noemen Brown & Levinson 'Face Threatening Acts' (FTA's). Hoewel het uitvoeren van FTA's onvermijdelijk is (we moeten immers iemand wel eens iets vragen, verzoeken, et cetera), hoeven ze niet noodzakelijk ernstige gevolgen te hebben. Ze kunnen namelijk verzacht worden door de inzet van politeness-strategieën (zie onder meer Huls, 2002 voor een kritische bespreking daarvan).

Een belangrijke categorie wordt gevormd door de positieve politeness-strategieën, die als kenmerk hebben dat ze bijdragen aan het positieve face van de ontvanger. Tot deze categorie behoren onder meer:

- Laat merken dat je je in de positie van de ander kunt verplaatsen;
- Geef de ander een complimentje (als uitwerking van 'overdrijf sympathie met hoorder');

- Geef redenen voor de FTA.

Voor de eerste twee ligt het verband met het positieve face voor de hand. Dat is bij laatste ('geef redenen') misschien iets minder het geval. Waarom scharen Brown & Levinson (1987) deze strategie onder de positieve politeness-strategieën? Dat wordt duidelijk bij 'verzoeken'. Een hoorder die aan een verzoek moet voldoen, wil graag zelf beoordelen of de zender het verzoek terecht doet. Doordat de spreker die behoefte erkent (als een reële behoefte), geeft hij er door redenen te geven blijk van dat hij zich heeft verplaatst in de positie van de ontvanger.

Brown & Levinson (1987) hanteren een deductieve werkwijze: ze leiden hun strategieën af van basisbehoeften van taalgebruikers. Dat brengt met zich mee dat ze geen aandacht (hoeven te) schenken aan tekstlinguïstisch interessante vragen als:

- Als twee of meer van dergelijke strategieën gecombineerd in een tekst voorkomen, wat voor gevolgen heeft dat dan voor het effect van de tekst op de lezer?
- Als de strategie aan de FTA vooraf gaat, heeft dat dan een ander effect op de lezer dan als de strategie op de FTA volgt?

In deze bijdrage zullen we op deze vragen een antwoord geven. Ze hebben met elkaar gemeen dat ze gebaseerd zijn op de gedachte dat taalgebruikers het effect van een tekst 'berekenen' door de effecten van de strategieën en hun relatie tot de FTA te combineren.

Naast deze theoretische aanleiding heeft ons onderzoek ook een praktische aanleiding. Als leden van een afdeling communicatiekunde gaat onze interesse uit naar zakelijke communicatie, meer in het bijzonder de externe schriftelijke communicatie van bedrijven, zoals de brieven die bedrijven sturen naar hun cliënten. In dergelijke brieven moet de schrijver niet alleen het goede midden zien te houden tussen maximale duidelijkheid en maximale politeness. Hij moet ook inzien dat de restauratie van het 'face' van de ontvanger niet mag leiden tot een onacceptabele afbreuk aan het 'face' van het bedrijf.

In zakelijke afwijzingsbrieven moet dus een optimum moet worden gevonden door een evenwicht te creëren tussen de duidelijkheid van de boodschap en de politeness ten aanzien van ontvanger en afzender. Dat maakt dergelijke brieven moeilijk om te schrijven, waardoor er behoefte bestaat aan gefundeerde adviezen. Daarin willen wij met deze bijdrage voorzien. Wij achten het niet goed mogelijk het genoemde optimum deductief te beredeneren. Wij zoeken een dergelijk fundament in wat in de praktijk de hoogste waardering van de ontvangers teweegbrengt. Daarom hebben wij een experiment gedaan naar het effect van de inzet van beleefdheidsstrategieën op de ontvangers.

## 2 Hypothesen

### 2.1 Inleiding

We hebben ons in onze studie beperkt tot onderzoek naar *positieve* beleefdheidsstrategieën. Dat heeft een aantal redenen. In de eerste plaats zijn positieve beleefdheidsstrategieën totnogtoe onderbelicht gebleven. Het merendeel van de beleefdheidsstudies heeft zich gericht op negatieve beleefdheid, zeker als het gaat om studies naar schriftelijk taalgebruik. In de tweede plaats is het onze ervaring dat praktijkadviezen vaak betrekking hebben op positieve beleefdheid. Dat wil zeggen dat in slechte slecht-

nieuwsbrieven waarover wij moesten adviseren vaak elementen van interesse in de lezer, gezamenlijkheid en betrokkenheid ontbraken (zie bijvoorbeeld Janssen, 1998).

Als FTA hebben wij gekozen voor *afwijzen*, omdat dit een vrij algemene FTA is die in een groot aantal zakelijke tekstgenres voorkomt. In ons onderzoek hebben we gebruik gemaakt van twee genres, namelijk claimafwijzingen (van verzekeringen) en sollicitatieafwijzingen. Op deze manier konden wij meer zekerheid krijgen over de vraag of effecten aan de conditie of aan andere factoren zoals genre toe te schrijven zijn. Verder hebben we van bij elk genre vier *replicaties* ontwikkeld. Hiermee wilden we voorkomen dat eventuele effecten van een bepaalde tekst (het onderwerp, bijvoorbeeld) afhankelijk zou zijn.

## 2.2 Stapeling van strategieën

Brown & Levinson (1987) maken duidelijk dat verschillende beleefdheidsstrategieën gecombineerd kunnen voorkomen. Complimenten, beloften, grapjes, common ground zoeken, et cetera, in theorie is het mogelijk om ze ad libitum te combineren. Bijvoorbeeld:

1. Zou je de afwasmachine kunnen leegruimen? (FTA)
  - 1a. Zou je de afwasmachine kunnen leegruimen? Dan ruim ik de tafel wel af.
  - 1b. Goh wat heb je al lekker opgeruimd. Zou je de afwasmachine kunnen leegruimen? Dan ruim ik de tafel wel af.
  - 1c. Goh wat heb je al lekker opgeruimd. En dat terwijl je het zo druk hebt. Zou je nog even de afwasmachine kunnen leegruimen? Dan ruim ik de tafel wel af.

In de praktijk is er natuurlijk een grens aan dat combineren van strategieën; brieven en gesprekken kennen om te beginnen een gelimiteerde omvang. Bovendien lijkt het erop dat het toevoegen van beleefdheidsstrategieën ook niet cumulatief effectief is: een FTA wordt niet steeds minder bedreigend als er telkens een strategie aan wordt toegevoegd. Sterker: naar onze indruk is 1b beter dan 1c, dat een minder oprechte indruk maakt. Je kunt het gebruik van beleefdheidsstrategieën waarschijnlijk dus ook overdrijven. In theorie is het zelfs mogelijk dat een toevoeging van een strategie een boomerangeffect heeft.

Desondanks zien we in bijvoorbeeld afwijzingsbrieven verschillende beleefdheidsstrategieën in één brief naast elkaar staan. Jablin & Krone (1984) laten bijvoorbeeld zien dat in hun corpus sollicitatieafwijzingen 'lof' over de sollicitant en 'redenen' voor de afwijzing – twee positieve strategieën – beide voorkomen en dat beide onder andere een verschillend effect hebben op de mate waarin de ontvangers de brieven als persoonlijk of onpersoonlijk hadden waargenomen.

Het onderzoek van Jablin & Krone (1984) was sterk beschrijvend en evaluerend van aard en niet experimenteel. Hun proefpersonen werd gevraagd om een daadwerkelijk ontvangen afwijzingsbrief achteraf te beoordelen. Uit het onderzoek van Jablin & Krone (1984) wordt dan ook niet duidelijk of bijvoorbeeld effecten van strategieën zich ook onafhankelijk van elkaar voordoen en op welke wijze de inzet van meerdere strategieën (= stapeling) elkaar ondersteunen.

Ook uit onderzoek van Kok (1993) blijkt dat in een corpus sollicitatieafwijzingen verschillende beleefdheidsstrategieën tegelijkertijd voorkomen. Zij laat zien dat in 31 brieven zowel positieve als negatieve strategieën voorkomen (verhouding 1:2) en een nadere bestudering van haar corpus brengt aan het licht dat elke brief ook minimaal

twee positieve strategieën herbergt. Maar ook in deze studie is niet systematisch onderzocht wat het effect van deze combinatie van strategieën is.

Locker (1999) ten slotte heeft onderzocht wat het effect was van buffers op de waardering van afwijzingsbrieven. Daarbij heeft ze indirect ook gekeken naar wat het effect was van een combinatie van beleefdheidsstrategieën. Zo ontdekte ze dat een buffer met daarin een compliment in combinatie met een reden voor de afwijzing, beter gewaardeerd werd dan een neutrale (inhoudsloze) buffer. De uitkomsten van dit onderzoek lijken er dus op de wijzen dat het zinvol is om (positieve) beleefdheidsstrategieën te combineren.

De vraag blijft echter wat het effect van het toevoegen van strategieën is. Worden teksten met één strategie minder effectief gevonden dan teksten met twee en meer strategieën? Zijn eventuele effecten cumulatief of neemt het effect van toevoegen af? Onze hypothese is dat het gebruik van positieve politeness een gunstige invloed heeft op de waardering van de tekst en de waardering van de schrijver. Maar ook verwachten we dat toevoeging van meer strategieën van beperkte waarde zal zijn. Wij denken dat het effect zal afnemen, net als in voorbeeld 1.

### **2.3 De positie van positieve politeness strategieën ten opzichte van de FTA**

Er lijkt een inherent verband te bestaan tussen positieve politeness-strategieën en de plaats waar ze worden ingezet. Dat blijkt al duidelijk uit de non-verbale strategie ‘Geef cadeautjes’. Het is raar om het boeketje voor de gastvrouw pas na het eten te overhandigen. Het geschenk kan dan worden opgevat als een evaluatie van het maal. Nee, de gastvrouw is verplicht het boeket meteen na overhandiging kirrend open te maken. Met de talige politeness-strategieën is het net zo. In 2 wil de spreker de auto van de hoorder lenen (de FTA):

2. Wat zit je haar leuk! Mag ik vanmiddag even gebruik maken van je auto?

Deze volgorde is misschien als manipulatie doorzichtig, maar goed mogelijk. De omgekeerde volgorde niet:

2a. Mag ik vanmiddag even gebruik maken van je auto? Wat zit je haar leuk!

Het complimentje klinkt dan helemaal niet oprecht meer. Wat geldt voor complimentjes geven, blijkt voor het merendeel van de positieve politeness-strategieën die Brown & Levinson (1987) behandelen te gelden.<sup>1</sup> De ongemarkeerde positie van de positieve politeness-strategieën in gesprekken is vóór de FTA. Anders gezegd, positieve politeness werkt profylactisch en niet therapeutisch.

Geldt hetzelfde voor geschreven taal? Gelukkig zijn er enkele studies die daarover bescheid geven. Twee corpusstudies wijzen uit dat de strategieën in Engelstalige brieven inderdaad ook aan de FTA vooraf gaan. Pilegaard (1997) laat zien dat alle zakenbrieven in zijn Britse corpus die de strategie ‘Claim common ground’ gebruiken, de desbetreffende passages vooraan in de brief hebben staan. Bargiela-Chappini & Harris (1996) maken duidelijk dat in hun corpus internationale verzoekbrieven het verzoek vrijwel altijd voorafgegaan wordt door een ‘prerequest’, dat meestal bestaat uit een ondersteuning van het verzoek, bijvoorbeeld door de rechtvaardiging, wat onzes inziens overeenkomt met ‘Give reasons’.

Deze voorkeur voor de volgorde ‘Strategie – FTA’ is niet beperkt tot de Angelsaksische talen en culturen, zo blijkt uit Manno (1999), die een corpus in het Frans gestelde afwijzingsbrieven van sollicitanten analyseert. Hij geeft ook een psychologi-

sche verklaring voor de superioriteit van deze volgorde: tijdens het lezen van de argumenten groeit bij de lezer al het vermoeden dat hij zal worden afgewezen. Dan komt de klap van de FTA niet zo hard aan.

Ten slotte is ons nog een studie bekend waarin wat uitgebreider aandacht aan de volgorde wordt besteed. Dat is het onderzoek van Schryer (2000) naar schrijfpraktijk in een grote Amerikaanse verzekeringsfirma. Zij laat zien dat in dat bedrijf de volgorde 'Geef redenen – FTA' standaard is, nooit ter discussie wordt gesteld en zelfs ingebouwd is in de schrijfsoftware. Dit terwijl de schrijvers van de afwijzingsbrieven ernstige twijfels uiten over de effectiviteit van deze volgorde. De ontvangers zouden te lang moeten wachten op het onaangename nieuws, dat bovendien nogal ingewikkeld en in medisch jargon geformuleerd is. Daardoor zou hun agressie over de afwijzing alleen maar toenemen.

Kortom, hoewel de volgorde 'FTA – strategie' misschien niet helemaal aansluit bij de behoeften van de ontvangers, bestaat er in de praktijk van de zakenbrief juist een duidelijke voorkeur voor deze volgorde. Daarom gaan we uit van de volgende hypothese: de volgorde 'Strategieën – FTA' wordt hoger gewaardeerd dan de volgorde 'FTA – Strategieën.

### 3 Opzet en uitvoering van het onderzoek

#### 3.1 Onafhankelijke variabelen

Zoals gezegd, waren we geïnteresseerd in twee effecten:

- Het effect van de positie van de strategieën ten opzichte van de FTA;
- Het effect van 'stapeling' van strategieën.

Bij *positie* van strategieën zijn twee condities onderscheiden: strategieën gaan vooraf aan de FTA (zie 3), of strategieën volgen op de FTA (zie 4).

3. Dankzij uw foto en aankoopbewijs konden wij een goede inschatting maken van de schade (= geef compliment). Wij begrijpen dat dit horloge waardevol voor u is (= verplaatst je in de lezer). Echter, vermoedelijk heeft u het horloge laten liggen en dus is er van diefstel geen sprake (= geef reden).  
Op basis van deze gegevens kunnen wij u geen vergoeding toekennen (= FTA).

4. Op basis van onze gegevens kunnen wij u geen vergoeding toekennen (= FTA).

Dankzij uw foto en aankoopbewijs konden wij een goede inschatting maken van de schade (= geef compliment). Wij begrijpen ook dat dit horloge waardevol voor u is (= verplaatst je in de lezer). Echter, vermoedelijk heeft u het horloge laten liggen en dus is er van diefstel geen sprake (= geef reden).

In het stapelexperiment onderscheiden wij vier condities:

- Geen strategieën (bold on record);
- Een strategie (geef redenen);
- Twee strategieën (geef redenen + geef compliment);
- Drie strategieën (geef redenen + geef compliment + verplaatst je in de lezer).

De keuze voor deze strategieën en deze stapeling van strategieën is gebaseerd op een analyse van een uitgebreid corpus afwijzingsbrieven. Daaruit bleek onder meer dat als er positieve beleefdheidsstrategieën voorkwamen, ‘geef redenen’ er altijd één van was. Vandaar de keuze voor de tweede conditie met ‘geef redenen’ als enige strategie (zie ook Jablin & Krone, 1984; Locker, 1999). De keuze voor de toevoegingen in conditie 3 en 4 zijn op een meer intuïtieve basis gemaakt. Er bestaat geen ander onderzoek naar stapeling waardoor wij ons hier hadden kunnen laten leiden.

### 3.2 Materiaal

Ook bij de formulering van de strategieën en de inhoud en vormgeving van ons experimentele materiaal hebben we ons laten leiden door ons corpus. We hebben uiteindelijk 4 verschillende sollicitatieafwijzingen gecomponeerd en 4 verschillende claimafwijzingen. De verschillen zaten onder ander in de afzender (telkens andere bedrijven) en de inhoud (andere schadeclaims en andere banen). Alle brieven kenden een zelfde vormgeving. Het waren zakelijke brieven van ongeveer 150 woorden, zelfde vormgeving zonder veel opsmuk, maar wel met logo’s en adresinformatie. De brieven moesten zo authentiek mogelijk zijn. Om dat de testen hebben we de brieven (en het meetinstrument) voorgelegd aan de doelgroep. Commentaren zijn verwerkt in de definitieve versies (zie bijlage 1 voor enkele voorbeelden).

### 3.3 Afhankelijke variabelen

Omdat beleefdheidstheorie vooral thematiseert op welke manieren taalgebruikers proberen hun eigen gezicht en dat van andere te beschermen, waren wij met name geïnteresseerd in expressieve en relationele effecten. Wij wilden weten hoe onze proefpersonen oordeelden over:

- De vriendelijkheid van de schrijver (expressief);
- Het imago van de organisatie achter de schrijver (expressief);
- Het belang dat de schrijver hecht aan de relatie met de lezer (relationeel);
- De mate waarin de schrijver zich inlevend toont (relationeel);
- De positie van de schrijver ten opzichte van de lezer (ondergeschikt, gelijkwaardig, etc) (relationeel).

Naast oordelen over de schrijver en de relatie tussen lezer en schrijver hebben we onze proefpersonen gevraagd een meer *inhoudelijk* oordeel te vellen over:

- De kwaliteit van de onderbouwing van de FTA;
- De mate waarin de lezer de FTA bereid is te accepteren (compliance).

Ten slotte hebben we de proefpersonen gevraagd om tekstuele oordelen, namelijk:

- De toon van de tekst (o.a. ‘schrijver heeft juist toon niet getroffen’);
- De opbouw van de tekst (o.a. ‘springt van de hak op de tak’).

De vragen naar de oordelen over de opbouw van de tekst hebben we opgenomen, omdat we daar geen effect van de strategieën op verwachtten. De oordelen zijn gemeten op 7-punts Likertschalen (helemaal mee eens – helemaal mee oneens). Uiteraard hebben we positieve en negatieve stelling afwisselend gepresenteerd. De betrouwbaarheid van de schalen bleek hoog (alle Cronbach’s  $\alpha$ ’s waren hoger dan .75).

### 3.4 Design en afname

Elke proefpersoon beoordeelde twee brieven: een sollicitatieafwijzing en een claimafwijzing. In totaal hebben 300 proefpersonen meegedaan aan het stapelexperiment en 225 proefpersonen aan het volgorde-experiment. De proefpersonen waren allemaal ouder dan 25, hadden minimaal een opleiding op MBO-niveau en hadden een baan. Het experiment is afgenomen door studenten van een onderzoekscollege 'Politeness in zakelijke teksten'.

## 4 Resultaten

We zullen de resultaten van ons onderzoek in twee stappen presenteren. We beginnen met het stapelexperiment. Daarna bespreken we het volgorde-experiment. Voorafgaand hieraan willen we twee algemene resultaten melden: we hebben noch voor genre, noch voor replicaties significante verschillen aangetroffen. Dat betekent dat de gevonden effecten inderdaad toe te schrijven zijn aan de condities.

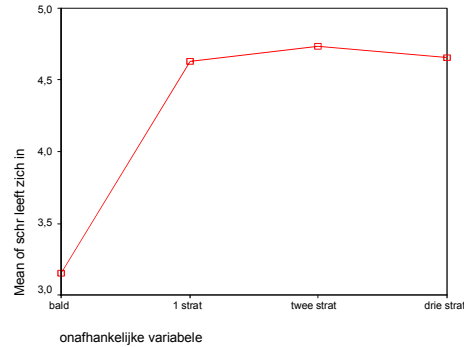
### 4.1 De resultaten van het stapelexperiment

De resultaten van het stapelexperiment zijn duidelijk. Het toevoegen van een beleefdheidsstrategie brengt een significant effect teweeg (zie tabel 1). Teksten met beleefdheidsstrategieën worden op bijna alle aspecten beter beoordeeld dan hun Bold-on-record-varianten.

Tabel 1 Gemiddelde waardering (en standaarddeviaties) van afwijzingsbrieven zonder politeness-strategieën en met een, twee, en drie politeness-strategieën

	0	1	2	3
vriendelijkheid van de schrijver	3.7 (1.4)	5.2 (1.7)	5.2 (1.2)	5.2 (1.2)
imago van de organisatie	4.0 (1.5)	5.5 (1.3)	5.1 (1.2)	4.8 (1.4)
belang van de relatie met de lezer	4.1 (1.6)	5.5 (1.7)	5.5 (1.1)	5.3 (1.2)
mate van inleving	3.2 (1.4)	4.6 (1.4)	4.7 (1.4)	4.7 (1.4)
positie van schrijver tov van lezer	3.9 (1.4)	5.5 (2.2)	5.3 (1.2)	5.1 (1.3)
kwaliteit onderbouwing van de FTA	3.2 (1.3)	5.0 (1.3)	4.7 (1.2)	4.6 (1.5)
acceptatie van FTA	2.8 (1.3)	4.7 (1.4)	4.1 (1.3)	4.2 (1.6)
toon van de tekst	4.3 (1.7)	5.7 (1.3)	5.4 (1.3)	5.1 (1.5)
opbouw van de tekst	5.8 (0.9)	5.9 (1.0)	5.6 (1.2)	4.9 (1.4)

Eenwegsvariantie-analyses laten zien dat al deze verschillen significant zijn ( $F > 25$ ;  $df$  3, 296;  $p < 0.00$ ). Een posthoc Scheffé-test toont aan dat er *geen* verschil in waardering is tussen de condities met een, twee of drie strategieën. Bij vrijwel alle afhankelijke variabelen zien we dus ongeveer het volgende beeld (zie figuur 1). We geven hier de grafiek voor 'mate van inleving' die exemplarisch is voor de scores op andere schalen.



Figuur 1 De waardering van afwijzingsbrieven zonder politeness-strategieën, en met een, twee of drie strategieën.

De enige uitzondering vinden we – zoals te verwachten - bij ‘opbouw’. Hier zien we geen politeness-effecten; er is geen verschil tussen de BOR-versie en de versies met 1 of 2 strategieën. Alleen de versie met 3 strategieën wordt minder hoog aangeslagen ( $F = 22.9$ ,  $df$  3, 296;  $p < .000$ ). Waarschijnlijk wordt dit veroorzaakt door het feit dat in deze versie meer tekst stond in de alinea voorafgaand aan de FTA.

#### 4.2 Resultaten volgorde-experiment

De resultaten van het volgorde-experiment blijken een minder duidelijk patroon te volgen (zie tabel 2). Slechts drie van de negen vragenclusters vertonen een significant verschil tussen de brieven met de volgorde ‘FTA – strategie’ en ‘strategie – FTA’; de rest (‘Mate van inleving’, ‘Positie van schrijver ten opzichte van lezer’, ‘Kwaliteit onderbouwing van de FTA’, ‘Acceptatie FTA’, ‘Toon van de tekst’ en ‘Opbouw van de tekst’) was niet significant.

Tabel 2 Gemiddelde waardering (en standaarddeviatie) van brieven met de beleefdheidsstrategieën voor dan wel na de FTA.

	Strategie - FTA	FTA - strategie
vriendelijkheid van de schrijver	4,5 (1,4)	4,2 (1,4)
imago van de organisatie	5,1 (1,2)	4,8 (1,4)
belang van de relatie met de lezer	5,0 (1,4)	4,7 (1,4)
Mate van inleving	4,7 (1,3)	4,5 (1,4)
Positie van schrijver ten opzichte van lezer	5,0 (1,4)	4,7 (1,4)
Kwaliteit onderbouwing van de FTA	4,8 (1,3)	4,7 (1,4)
Acceptatie FTA	4,1 (1,3)	4,0 (1,3)
Toon van de tekst	5,1 (1,6)	4,9 (1,6)
Opbouw van de tekst	5,4 (1,3)	5,4 (1,2)

Bij de drie succesvolle vragenclusters zien we bij eenzijdige toetsing een statistisch significant verschil in de verwachte richting. Als een brief begint met de strategieën:

- Wordt de schrijver als vriendelijker beschouwd ( $F = 3,02$ ;  $df$  1, 223;  $p = .042$ );



- Wordt het imago van de organisatie positiever ingeschat ( $F = 2,87$ ;  $df$  1, 223;  $p = .046$ );
- Wordt de relatie tussen schrijver en lezer positiever ingeschat ( $F = 9,10$ ;  $df$  1, 223;  $p = .016$ ).

## 5 Conclusie

Uiteraard zijn we ons ervan bewust dat dit onderzoek beperkingen heeft. Alleen al omdat het om één experiment gaat, met één type brieven (afwijzingen). Bovendien zijn de brieven beoordeeld door proefpersonen die wel ervaring hadden met dit type brieven, maar die niet persoonlijk werden afgewezen. Ze hebben cases beoordeeld, moesten zich daarvoor inleven.

De resultaten van het stapelingsexperiment laten desondanks de volgende conclusies toe: de toevoeging van een reden aan een kaal gepresenteerde afwijking heeft een sterke positieve invloed op de waardering van de brief. Toevoeging van een of meer extra strategieën brengt geen effect teweeg. Dit kan erop wijzen dat taalgebruikers de verzachting van hun positieve face alleen dichotoom waarnemen: men voelt al dan niet verzachting, maar men voelt geen graduele verschillen. Andere interpretaties zijn ook mogelijk. Bijvoorbeeld dat ‘Geef redenen’ voor dit genre een zo belangrijke strategie is, dat andere strategieën daarbij in het niet vallen.

Wat de positie van de strategieën betreft, moeten we allereerst opmerken dat de verschillen in gemiddelde niet groot zijn, en er ook maar één effect valt te constateren op enkele vragenclusters. Toch menen wij de resultaten te kunnen interpreteren als een aanwijzing dat de volgorde ‘strategie – FTA’ te preferen is boven de omgekeerde volgorde. Opmerkelijk vinden wij dat de effecten van dit structuurverschijnsel alleen te vinden zijn bij vragen die op de expressieve dimensie ingaan: beginnen met de strategie maakt de schrijver en zijn organisatie sympathieker.

De resultaten laten in elk geval de conclusie toe dat het oordeel van de taalgebruiker mede berust op het al dan niet aanwezig zijn van tekstkenmerken die aangemerkt kunnen worden als politeness-strategieën. Het gaat niet dan niet alleen om een tekstoordeel, maar ook om een oordeel over de schrijver en zijn organisatie. Bij stapeling geldt bovendien dat lezers bij brieven met één beleefdheidsstrategie meer geneigd waren de afwijzing te accepteren. Complicerend hierbij is dat we er in het onderzoek voor hadden gekozen om ‘give reasons’ als eerste strategie toe te voegen. Dat maakt het waarschijnlijk op inhoudelijke gronden de brieven met één strategie acceptabeler vonden. Een volgend experiment zal hierin duidelijkheid moeten scheppen.

## Literatuur

- Bargiela-Chappini, R.F. & Harris, S.J. (1996). Requests and status in business correspondence. *Journal of Pragmatics*, 28, 635-662.
- Brown, P. & Levinson, S.C. (1987). *Universals in Language use: politeness phenomena*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Goffman, E. (1967). *Interaction ritual; essays on face to face behavior*. New York: Garden City.
- Huls, E. (2002). Beleefdheid als communicatief principe. In T. Janssen (Ed.), *Taal in gebruik* (pp. 143-161). Den Haag: SdU.

- Jablin F.M. & Krone, K. (1984). Characteristics of Rejection Letters and Their Effects on Job Applicants. *Written Communication*, 1(4), 387-406
- Janssen, D. (1998) Met vriendelijke groet; de ambtenaar als brieven-schrijver. *Tekst[blad]* 4, 34-41.
- Kok, A.M. (1993) "Zo 'n onaangename standaardbrief" Een onderzoek naar afwijzingsbrieven aan sollicitanten. Doctoraalscriptie Algemene Letteren. Utrecht: Universiteit Utrecht.
- Locker, Kitty O. (1999) Factors in reading responses to negative letters; experimental evidence for Chang: What we teach. *Journal of Business and Technical Communication*, 13(1), 5-48.
- Manno, G. (1999) Savoir refuser à l'écrit: analyse d'un enchaînement non préféré de macro-actes de discours. *Journal of French Language Studies* 1999, 9(1), 39-68.
- Pilegaard, M. (1997) Politeness in written business discourse: text linguistic perspectives on requests. *Journal of Pragmatics*, 28, 223-244.
- Schryer, C.F. (2000) Walking a fine line. *Journal of Business and Technical Communication*, 14(4), 445-497.

## Bijlage



Datum : 31 mei 2002  
Oms kenmerk : 2002/136/JP-AK  
Behandeld door: J. De Boer  
Doorkiesnr. : 033 - 8765321  
Uw kenmerk : polisnummer 9800357/ST2-3  
Onderwerp : claim vergoeding kinderfiets

Geachte heer Klaessen,

Uw claim op de bovengenoemde verzekering hebben wij ontvangen. U schrijft ons over de vernieling van een kinderfietsje op Koningsinnedag van dit jaar: een nieuwe Lookie *Cool Terrain Bike* van uw dochter die nieuw € 254,- heeft gekost.

Op basis van de informatie uit het schadeformulier zijn we nagegaan of uw claim valt onder de polisvoorwaarden uit onze Totaalverzekering. Wij hebben zelfs nog gebruik kunnen maken van uw aanvullende informatie, namelijk het taxatierapport van de fietsenmaker en de brochure en prijslijst van de fabrikant, die het beoordelen vereenvoudigde. Wij begrijpen ook dat uw dochter hunkert naar een vervanging voor de fiets waar ze zo trots op was.

Echter, uit uw beschrijving blijkt dat u zelf met de auto over de fiets bent heengegreden toen u van uw oprit de weg op wilde rijden. Onze polis sluit 'eigen schuld' uit en wij kunnen u op basis van deze gegevens dan ook geen vergoeding toekennen.

Het spijt ons u niet beter te kunnen berichten. Mocht u het met deze beslissing niet eens zijn dan kunt u binnen zes weken schriftelijk bezwaar aantekenen bij De Nationale Verzekeringen, t.a.v. de afdeling Juridische Zaken, Stationsweg 10, 3818 PB te Amersfoort.

Wij vertrouwen erop u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd.

Hoogachtend,

J. De Boer  
Verzekeringsexpert

---