

PDF hosted at the Radboud Repository of the Radboud University Nijmegen

The following full text is a publisher's version.

For additional information about this publication click this link.

<http://hdl.handle.net/2066/74335>

Please be advised that this information was generated on 2019-04-19 and may be subject to change.

Zo werkt dat.

Het ontwerp van instructieve teksten

Oratie C.J.M Jansen

KU Nijmegen
Bedrijfscommunicatie Letteren
22-10-999



*Mijnheer de Rector,
zeer gewaardeerde toehoorders,*

Er is in Nederland veel waar over geklaagd wordt. Het weer, de spellingvernieuwing, het voetbalvandalisme, het gedrag van brommers in het stadsverkeer, de wachtlijsten in de gezondheidszorg, het zijn even zovele onderwerpen waar binnens- en buitenshuis met enige regelmaat op droevige toon over gesproken wordt. En met reden - zo nu en dan tenminste. Maar u zult begrijpen dat het geen van deze onderwerpen is, waar deze uiteenzetting over zal handelen. Het gaat mij vandaag om het soort klaagzang die men kan horen opklinken wanneer er bijvoorbeeld een nieuwe zender op de videorecorder moet worden geprogrammeerd, een fietscomputer in werking moet worden gezet, de alarmfunctie op een digitaal horloge moet worden ingeschakeld, of wanneer er informatie over een ingewikkelde overheidsregeling moet worden ingewonnen. Wie kent niet de ervaring in zulke situaties dat de informatie tekort schiet waarmee de desbetreffende taak tot een goed einde moet worden gebracht? Het kan een kwestie zijn van slecht vertaalwerk door een medewerker die blijkens de tekst die is opgeleverd, de doeltaal niet of nauwelijks beheerst. Het kan ook gaan om inhoudelijke missers, bijvoorbeeld doordat het product of de dienst in kwestie wel is vernieuwd, maar de informatie daaraan nog niet is aangepast. En soms ook is de kloof zo groot tussen de eisen die de bediening van het product stelt en de vaardigheden die de doelgroep bezit die met dat product aan het werk moet, dat die door geen enkele vorm van bijkomende informatievoorziening meer te overbruggen valt.

Een kwestie van perspectief

Meestal is er iets anders aan de hand waardoor instructieve teksten, zoals we dit genre binnen de communicatiekunde zijn gaan noemen, niet de hulp bieden waar de lezers ze voor ter hand nemen. Terwijl die lezers primair geïnteresseerd zijn in het uitvoeren van een concrete taak, is in de teksten die zij daartoe willen raadplegen vaak een heel ander perspectief te herkennen. In eerdere publicaties heb ik samen met mijn Twentse collega Steehouder al laten zien hoezeer in handleidingen, gebruiksaanwijzingen en toelichtingen bij formuleren, de drang

van de auteurs herkenbaar is om toch maar vooral te beschrijven hoe het product of de regeling in kwestie is geconstrueerd, welke functies er zijn geïmplementeerd, en als het enigszins kan ook nog welke beslissingen er tijdens het ontwerpproces van product of regeling om welke redenen zijn genomen.¹

Hoe goed ook te verklaren mag zijn dat schrijvers van instructieve teksten geneigd zijn het perspectief van de organisatie te kiezen - zeker als ze zelf tot het team behoord hebben dat verantwoordelijk was voor de realisatie van het product, of tot de dienst waarover uitleg moet worden verschaft, het is duidelijk dat een document dat niet vanuit het perspectief van de lezer is opgezet voor de communicatie tussen producent en consument ronduit schadelijk kan zijn. Al in het begin van de jaren tachtig hebben Flower en haar collega's hebben in een onderzoek naar het leesgedrag bij overheidsdocumenten laten zien dat dat gekenmerkt wordt door wat zij het *scenario-principe* gedoopt hebben.² Hun hardop denkende proefpersonen bleken het bestuderen van het bureaucratische proza dat ze voorgelegd kregen, frequent te onderbreken door uitingen als de volgende.

- 'Oh, dus als ik zou verhuizen naar gebied [A], zou ik geen recht meer hebben op regeling [B]', of
- 'Als ik het goed begrijp, heb ik dus alleen recht op bedrag [C] als mijn inkomen lager is dan bedrag [D].

Bij de interpretatie van de teksten die waren geschreven vanuit het perspectief van de organisatie bestond er kennelijk een voortdurende behoefte aan een vertaalslag naar informatie die voor de lezers in de eigen situatie relevantie zou kunnen hebben.

De conclusie voor ontwerpers van instructieve documenten ligt voor de hand. Voorkomen moet worden dat de lezer zo'n vertaalslag uit moet voeren. Dat vermindert de tijd en de cognitieve inspanning die er van de lezer wordt gevraagd, en belangrijker misschien: het verkleint ook de kans op interpretatiefouten.

Onderzoek laat ook zien dat die conclusie juist is. Er zijn intussen verschillende studies beschikbaar waarin de veronderstelling steun vindt dat instructieve documenten geschreven vanuit het perspectief van de gebruiker, effectiever en efficiënt zijn dan teksten waarvan het bouwplan bepaald wordt door de kenmerken van product of regeling.³

Een voor de hand liggende vraag is hoe het dan komt dat het gebruikersperspectief in veel vormen van instructieve communicatie nog maar moeilijk herkenbaar is. Ik denk dat het antwoord niet gecompliceerd is. In veel organisaties waar complexe producten het licht zien, is men er nog niet van overtuigd dat betere instructieve documenten voor de organisatie zelf aanzienlijke voordelen kunnen opleveren. Toch kan een kwalitatief hoogstaande, of ten minste acceptabele instructieve tekst interessanter voor de organisatie die die tekst verspreidt dan wel eens wordt verondersteld.

Toegevoegde waarde

In haar boek *Dynamics in document design* maakt mijn Amerikaanse collega Schriver melding van een survey onder ongeveer 200 klanten die bij het verlaten van een Amerikaanse elektronica-winkel geïnterviewd werden over het belang dat zij aan een adequate handleiding hechtten. Op de vraag of het hun aankoopbeslissing zou beïnvloeden als in reclamecampagnes op de gebruikersvriendelijkheid van handleidingen zou worden gewezen, antwoordde 75% positief, en 60% zei meer te willen betalen voor een product als de handleiding duidelijk van goede kwaliteit zou zijn. Interessanter nog was de vraag of positieve ervaringen met een handleiding bij een product van een bepaald merk, ertoe zouden leiden dat men een volgende keer weer producten van datzelfde merk zou aanschaffen. De overgrote meerderheid (79%) zei daarop stellig 'ja'. De ervaring in elektronikawinkels mag dan leren dat klanten die op het punt staan een videorecorder, een mobiele telefoon of een audioset aan te schaffen slechts zelden naar de handleiding vragen, de resultaten van Schriver laten zien dat de communicatieve kwaliteit van een instructieve tekst wel degelijk een belangrijke rol speelt bij toekomstige aankoopbeslissingen.⁴ In hoeverre haar conclusies ook gelden voor de Nederlandse situatie zal naar verwachting binnenkort duidelijk worden uit een replicatie-onderzoek door een Nijmeegse Bedrijfscommunicatiestudent.

Goed ontworpen instructieve teksten zijn niet alleen van belang voor de organisatie die ze verspreidt. Relevant voor de lezer is vooral of ze bijdragen tot, of in elk geval geen afbreuk doen aan de directe gebruikswaarde van het product of de dienst in kwestie. Dat geldt niet

alleen voor handleidingen bij producten voor de consumentenmarkt, maar ook - en misschien wel klemmender - voor de uitleg die overheidsinstellingen geven over de vele regelingen waar burgers mee geconfronteerd kunnen worden. Die communicatie blijft problematisch, ondanks de serieuze en aantoonbaar succesvolle inspanningen die er in Nederland, onder meer door tekstwetenschappers, het afgelopen decennium zijn geleverd om het invulgemak van overheidsformulieren te bevorderen en het niet-gebruik van allerlei inkomensafhankelijke subsidieregelingen terug te dringen.

U-bochtconstructie

Wat voor rol nu speelt het wetenschappelijk onderzoek bij de kwaliteitsverbetering van dit soort instructieve teksten? Ligt hier eigenlijk wel een taak voor de universiteit, en dan met name voor communicatiekundigen? Ja, is naar mijn overtuiging daarop het antwoord. Behalve aan het op beschrijving en verklaring van taalsysteem en taalgebruik gerichte, belangrijke werk zoals dat door onze taalkundecollega's wordt verricht, is er in onze samenleving ook behoefte aan onderzoek waar de oplossing van problemen in het zakelijke taalverkeer, of breder: in de professionele communicatie de centrale doelstelling is. Ik bepleit hier niet dat er aan Nederlandse universiteiten meer ruimte zou moeten worden gecreëerd voor communicatie-onderzoek dat slechts ad hoc oplossingen voor incidentele problemen oplevert. Het wetenschappelijk onderzoek dient verder te reiken, en zal gericht moeten zijn op empirisch beproefde oplossings*methoden* voor probleem*categorieën*.

Noodzakelijk voor dit type onderzoek is dat er bij het genereren van mogelijke oplossingen een route wordt gekozen die ik in navolging van de sociaal psycholoog Midden, mijn Eindhovense ex-collega in de Faculteit Technologiemanagement, graag aanduid met de term *U-bochtconstructie*. Daarmee bedoel ik dat de weg van probleemanalyse naar oplossingsontwerp in ieder geval leidt langs wat er beschikbaar is aan relevante modellen en theorieën. Eenkennigheid is daarbij niet gewenst, niet op het niveau van specifieke modellen of theorieën en ook niet op het niveau van de disciplines waar een tekstontwerponderzoeker te rade kan gaan. In een programmatisch artikel dat Schriver in

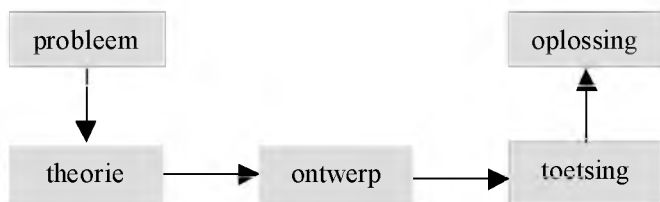
1989 in *Technical Communication* heeft gepubliceerd over document design research, worden meer dan tien voor ons werk relevante vakgebieden opgesomd. Schriver noemt onder meer de cognitieve en de sociale psychologie, de onderwijskunde, de informatiekunde en de psycholinguï stiek. Uit het tekstontwerponderzoek van de afgelopen tien jaar is gebleken dat het rijtje van Schriver eerder uitbreiding dan inperking behoeft. Zo heeft Van der Mast in zijn recente promotieonderzoek rond beleidsteksten gebruik gemaakt van de polyfonietheorie van de Franse taalkundige Ducrot, hebben Steehouder en ik ons bij ons werk aan optimaliseringsproblemen bij de volgorde van instructies laten inspireren door vroege publicaties van Landa en Wheatly & Unwin op het gebied van de operations research, hebben mijn Utrechtse collega's Daniël Janssen en Frank Jansen onlangs nog gewezen op het belang van de beleefdheidstheorie van Brown & Levinson voor zakelijke teksten en heeft Steehouder hetzelfde gedaan voor wat betreft de keuze van persuasieve elementen in primair instructief bedoelde communicatie.⁵

Deze eclectische benadering betekent niet dat het bij tekstontwerp volstaat om simpelweg de handigste theorie of het meest geschikte model in de literatuur op te sporen en daar vervolgens direct een praktische vertaling aan te geven. Daar lenen theorieën zich nu eenmaal lang niet altijd voor. En minstens zo belangrijk: vaak bestaan er ook lacunes in wat er aan theoretisch werk beschikbaar is. Dan zal er eigen, theoriegericht onderzoek gedaan moeten worden.⁶ Ik geef een voorbeeld. Wie tekstontwerponderzoek wil doen naar de mogelijkheden om handleidingen voor ouderen te optimaliseren, kan en moet profiteren van onderzoek dat er door psycholinguï sten gedaan is naar effecten van talige variabelen op het leesproces. Zo'n onderzoeker moet ook op de hoogte zijn van het werk aan het probleemoplossingsproces zoals dat door cognitief-psychologen is gedaan. Vanzelfsprekend moet ook serieus rekening worden gehouden met de gerontologie-literatuur, met name waar wordt gerapporteerd over de ontwikkeling van cognitieve functies bij ouderen.⁷

Maar een onderzoeker op het terrein van het tekstontwerp zal daar eigen funderend werk aan toe moeten voegen. Ik blijf nog even bij het voorbeeld van de handleidingen voor ouderen. In een inmiddels veel geciteerde doctoraal-scriptie heeft mijn Utrechtse ex-studente Van Hees overtuigend laten zien hoe op basis van de beschikbare kennis uit

verschillende vakgebieden, een eerste begin kan worden gemaakt met ontwerpgericht onderzoek dat uitmondt in goed gefundeerde adviezen voor schrijvers van handleidingen waar ouderen beter mee uit de voeten kunnen. Maar parallel daaraan, zo demonstreert Van Hees, is het noodzakelijk om een procesmodel te construeren dat beschrijft welke deeltaken door gebruikers van instructieve documenten in welke volgorde moeten worden uitgevoerd en welke informatie ze daarbij op welk moment nodig hebben.

In een promotieproject van Van Horen onder begeleiding van mijn Tilburgse collega Noordman en mijzelf, wordt gewerkt aan zo'n model, en wordt experimenteel nagegaan bij welke deeltaken in het bijzonder ouderen gehinderd worden door tekstuele tekortkomingen. Op basis van de resultaten die deze experimenten opleveren, worden nieuwe tekstvarianten geconstrueerd waarmee in een volgend experiment proefpersonen uit verschillende leeftijdscategorieën aan het werk gezet zullen worden. Het succes van de tekstingrepen wordt gemeten aan de effectiviteits- en efficiëntiescores van de verschillende groepen proefpersonen, die allen een aantal opdrachten uit moeten voeren met de verschillende handleidingsvarianten. Daarmee wordt in dit voorbeeld de U-bochtconstructie waar ik eerder over sprak, gecompleteerd. Er wordt niet alleen relevante theoretische kennis uit verschillende disciplines verzameld en waar zinvol ingezet om oplossingsmethoden te ontwikkelen voor een praktisch taalverkeersprobleem. Er wordt ook nieuwe theoretische kennis ontwikkeld waarvan het belang verder strekt dan de betreffende tekstsoort alleen, en er wordt experimenteel nagegaan wat voor effecten de inzet van de ontwikkelde oplossingsmethode sorteert.



Figuur 1. U-bochtconstructie

Met deze U-bochtconstructie wordt het gevaar vermeden waar Schriver op wijst als ze constateert dat tekstontwerpers er in de jaren

zeventig en tachtig vaak voortreffelijk in geslaagd zijn om wat zij noemt lokale communicatieproblemen op te lossen, maar veel minder goed in staat zijn gebleken om problemen op te lossen met meer algemene tekstsoorten, die de grenzen van een bepaald bedrijf of een specifieke producttype overschrijden.⁸ De verdieping van het vakgebied waar Schriver tien jaar geleden voor pleitte, is er zeker gekomen. Opvallend daarbij is de rol die Nederlandse tekstontwerponderzoekers daarbij gespeeld hebben. Vanuit ons land is er in het afgelopen decennium met een reeks van proefschriften en artikelen in internationale tijdschriften in belangrijke mate aan bijgedragen dat document design zich als academisch vakgebied verder heeft kunnen ontwikkelen. Zo gezien zijn ook de positieve tot zeer positieve kwalificaties niet verrassend, die bij de laatste Letteren-visitatie zijn uitgesproken over een aantal Nederlandse onderzoeksprogramma's waar tekstontwerp een belangrijke plaats inneemt.⁹

Tekstontwerp en cultuurverschillen

Opmerkelijk bij dit alles is dat er in ons land, maar ook daarbuiten, tot nu toe aan een van de belangrijkste uitdagingen op het gebied van tekstontwerp onderzoek vrijwel is voorbijgegaan. In een tijd waarin de samenleving in veel landen invloeden van steeds meer verschillende culturen ondergaat, waarin bedrijven op mondiale schaal opereren, waarin de mobiliteit alleen maar toeneemt en ook reizen over grote afstanden steeds gewoner worden, in een tijd ook waarin grensoverschrijdende communicatie via het Internet een kwestie van een of twee klikken met de muis geworden is, in deze tijd wordt de behoefte aan praktisch toepasbare kennis op het gebied van interculturele communicatie alleen maar groter. In de adviesliteratuur op het gebied van tekstontwerp is dat besef meer en meer aan het doordringen. Er wordt vrijwel geen handboek over instructieve of technische communicatie meer gepubliceerd waar niet ten minste kort wordt ingegaan op de problematiek van de afstemming op een internationaal en multicultureel publiek.

Helaas moet worden geconstateerd dat op de wijze waarop dat thema aan de orde komt, nogal wat valt af te dingen. Veel adviezen blijven steken op het wel zeer concrete niveau van de conventies met betrekking tot het papierformaat, verschillen in maat- en gewichtssystemen, en tegenwoordig ook wel ook de keuze van pictogrammen die in de ene cultuur wel en in de andere cultuur beter maar niet gebruikt kunnen worden.¹⁰ Op communicatiestrategieën of op inhoudelijke of stilistische keuzes gerichte adviezen zijn er nauwelijks te vinden.

Het belangrijkste probleem echter in de adviesliteratuur rond interculturele communicatie, is de gebrekkige fundering daarvan. Zo schrijft Hoft in haar handboek over *International technical communication* dat het goed is bij het vertalen van Amerikaanse documentatie naar het Frans flink te schrappen in de herhalingen die kenmerkend zouden zijn voor deze Engelstalige teksten. Franse lezers zouden een minder redundante tekst verkiezen. Als enige bron in de argumentatie van Hoft fungeren hier: "many English-to-French translators". Verdere onderbouwing ontbreekt.¹¹

Er zijn uitzonderingen. Soms wordt er in de adviesliteratuur over interculturele instructieve communicatie wel verwezen naar empirisch onderzoek. Bijna altijd betreft dat sociaal-wetenschappelijk werk als

dat van Hofstede.¹² Het gaat dan om studies die zijn gericht op het inventariseren en clusteren van cultuurverschillen, zonder dat daar directe conclusies uit voortvloeien over communicatieve gedragingen die in de ene cultuur meer en in de andere minder adequaat zouden zijn. Het is dan ook een gewaagde stap om vanuit het cultuurverschillenonderzoek direct tot specifieke, concrete en niet getoetste adviezen te komen voor inhoud, structuur en stijl van instructieve documenten. Een voorbeeld van een betoog waarin die stap toch wordt gezet, is vinden bij Warren, een Amerikaanse auteur over onderwerpen op het gebied van technische communicatie. In navolging van cultuuronderzoekers als Hall en Victor, onderscheidt hij culturen naar de wijze waarop tijd wordt gepercipieerd. Enerzijds zijn er monochrome culturen als die in West-Europa, waar tijd wordt beleefd als een snel stromende rivier, lineair en voorbijgaand. Anderzijds bestaan er polychrome culturen, in Oost-Azië bijvoorbeeld, waar een meer passende metafoor voor tijd die van een stilstaand water is, non-lineair en steeds terugkerend. De consequentie voor ontwerpers van instructieve teksten is volgens Warren dat ze lezers uit een cultuur waar tijd lineair wordt beleefd, moeten bedienen met korte samenvattingen en 'quick reference guides', terwijl lezers uit een cultuur waar de tijdperceptie non-lineair is, vooral gebaat zouden zijn bij veel omvangrijker documenten, waarin rustig de tijd wordt genomen om alles tot in detail uit te leggen.¹³

Ik beweer niet dat er in zulke uitspraken geen kern van waarheid zou kunnen schuilen. Wel vind ik dat ze wetenschappelijk gezien niet serieus te nemen zijn zonder degelijk empirisch onderzoek naar de feitelijke invloed van cultuurverschillen op de effectiviteit van zakelijke teksten. Dat onderzoek is nog maar op zeer beperkte schaal uitgevoerd. Ik vind dat opvallend en ook betreurenswaardig. Er bestaat immers een duidelijk toenemende behoefte aan meer kennis en inzicht in interculturele zakelijke communicatie. Dat geldt voor de profit-sector, waar bedrijven zich met hun producten en diensten zich op steeds verder gedifferentieerde groepen afnemers moeten richten willen ze hun marktaandeel vergroten of zelfs maar behouden. Het geldt ook voor de not-for-profit-sector, waar bijvoorbeeld gezondheidsorganisaties zich meer en meer realiseren dat hun voorlichtingscampagnes slechts een beperkt succes kunnen hebben als er geen rekening wordt gehouden met de specifieke behoeften, normen en waarden van ver-

schillende segmenten van de doelgroep.

Het zijn niet alleen maatschappelijke factoren die de behoefte aan onderzoek naar interculturele zakelijke communicatie voelbaar maken. Ook vanuit wetenschappelijk perspectief ligt er een uitdaging. Er moet een vrijwel braakliggend terrein worden bewerkt, en dat zal in interdisciplinair verband moeten gebeuren. Gebruik moet daarbij worden gemaakt van kennis over uiteenlopende culturen en van expertise op terreinen als de sociologie, de cross-culturele psychologie, de sociolinguïstiek, de tekstlinguïstiek en natuurlijk ook het tekstontwerp. Zulke kennis en zulke expertise zijn voor een groot deel voorhanden in de afdeling Bedrijfscommunicatie van deze universiteit. Het doet me dan ook deugd dat hier onlangs een ontwikkeling in gang is gezet die moet uitmonden in een serie samenhangende onderzoeken rond het thema interculturele zakelijke communicatie.

ICATO

Onlangs is in onze afdeling een project van start gegaan dat de voorlopige naam *ICATO*, of voluit *Interculturele aspecten van tekstontwerp* heeft gekregen. In een groep van op dit moment zes onderzoekers, allen leden van de vaste staf, wordt gewerkt aan de vraag welke tekstenmerken welke effecten sorteren bij lezers met verschillende culturele achtergronden. De aandacht gaat daarbij niet alleen uit naar instructieve teksten, maar ook naar persuasieve, op overtuigen gerichte teksten. Een voorlopige verwachting daarbij is dat het effect van cultuurverschillen bij de laatste tekstsoort het opvallendst zal zijn. Bij overtuigingspogingen immers wordt frequenter en nadrukkelijker dan bij instructieve communicatie een beroep gedaan op normen en waarden van de ontvanger.

Precies die normen en waarden vormen de kern van een cultuur, als we dat complexe concept mogen begrijpen zoals dat door Hofstede, de meest geciteerde auteur op dit gebied, wordt beschouwd. Van Hofstede ook is de inmiddels wijd verbreide notie afkomstig dat cultuurverschillen zich goed laten beschrijven in een beperkt aantal dimensies van samenhangende kenmerken. Uit de resultaten van een grootschalig survey-onderzoek dat eind jaren zestig, begin jaren zeventig in twee etappes onder meer dan 100.000 IBM-medewerkers in

ruim 70 landen werd gehouden, destilleerde Hofstede in eerste instantie vier cultuurdimensies. Ik duid ze kort aan.

Machtsafstand

In welke mate verwacht en accepteert men dat de macht in een samenleving ongelijk verdeeld is?

Onzekerheidsvermijding

Hoe bedreigend worden nieuwe, onbekende situaties gevonden, en hoe groot is de behoefte aan formele of informele regels om onaangename verrassingen te voorkomen?

Masculiniteit versus femininiteit

Hoe gescheiden of juist overlappend zijn de sociale sekserollen; zijn mannen vooral gericht op carrière en succes, zijn vrouwen eerder bescheiden en gericht op de kwaliteit van het bestaan, of is dat onderscheid veel minder scherp?

Collectivisme versus individualisme

Is men vanaf de geboorte opgenomen in een hechte groep die levenslange bescherming biedt in ruil voor onvoorwaardelijke loyaliteit, of zijn de onderlinge banden tussen individuen heel los, en zorgt iedereen primair voor zichzelf en de zeer naaste familie?

Aan deze dimensies werd op basis van onderzoek van Bond in onder meer een aantal landen in het verre oosten, later nog een vijfde dimensie toegevoegd.

Lange-termijn versus korte-termijnnoriëntatie

In welke mate is men bereid zich offers te getroosten om daarmee op langere termijn succes te behalen?

Het zou hier te ver voeren de verschillende dimensies verder uit te werken en de posities van verschillende landen op de dimensies van Hofstede te bespreken, hoe boeiend zo'n exercitie op zichzelf ook mag zijn. Over het werk en de uitkomsten van Hofstede is een grote hoeveelheid literatuur van hemzelf en van anderen voorhanden waar hier ik graag naar verwijs.¹⁴ Ook laat de tijd niet toe dat ik gedetailleerd inga op de beperkingen die er kleven aan het op zichzelf bewonderenswaardige pionierswerk van Hofstede.

Maar van belang is hier wel het besef dat de conclusies van Hofstede gebaseerd zijn op data die nu alweer bijna dertig jaar geleden zijn verzameld, en bovendien bij een wel heel bijzondere groep respondenten. Hofstede's constatering is juist dat met de keuze voor de antwoorden van alleen IBM-medewerkers, de homogeniteit van de respondentenverzameling als geheel werd vergroot. Dat versterkt het vertrouwen dat verschillen in de uitkomsten toegeschreven kunnen worden aan verschillen in de samenleving waar de respondenten uitmaakten, en niet aan verschillen in bijvoorbeeld het soort organisatie waar de respondenten werkzaam waren

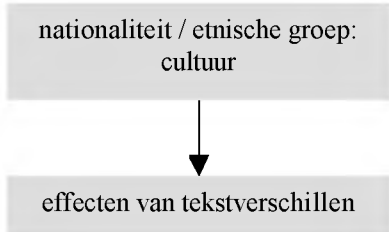
Maar er blijft toch sprake van een serieus representativiteitsprobleem in Hofstede's steekproeven. In sommige landen valt het gemakkelijker de ondervraagde IBM-medewerkers als representatief voor een groot deel van de samenleving te beschouwen dan dat in andere landen zou kunnen. Zo ligt het voor de hand dat inwoners van een westers land als Canada of Zweden zich beter zullen herkennen in de normen en waarden van plaatselijke IBM-medewerkers dan dat voor mensen in een land als India of Guatemala kan gelden, waar medewerkers van een Amerikaanse high-tech onderneming - zeker aan het eind van de jaren zestig - een nogal uitzonderlijke groep gevormd zullen hebben. Toch schroomt Hofstede niet om zijn uitspraken betrekking te laten hebben op het niveau van nationaliteiten. Daarmee gaat hij gemakshalve voorbij aan de grote cultuurverschillen die er in veel landen te constateren zijn tussen groepen van verschillende etnische afkomst, die een en dezelfde nationaliteit bezitten.¹⁵ Andere problemen rond het onderzoek van Hofstede betreffen onder meer het meetin-

strument dat hij gehanteerd heeft. Zelf schrijft hij daarover dat de vragenlijst die de IBM-medewerkers moesten invullen vanwege de gebondenheid aan de sterke ondernemingscultuur bij IBM, maar beperkt geschikt is voor intercultureel onderzoek waar andere groepen respondenten bij betrokken zijn.¹⁶

Een leerzaam voorbeeld uit de gedragswetenschappen

Ik hoop aannemelijk te hebben gemaakt dat wie, zoals de onderzoekers in het ICATO-project, geïnteresseerd is in effecten van cultuurverschillen op de receptie van communicatieproducten, reserve in acht moet nemen ten aanzien de aanpak en de conclusies van Hofstede. Die behoefte aan voorzichtigheid wordt alleen maar versterkt door de uitkomsten van gedragswetenschappelijk onderzoek als dat van Earley uit 1989.¹⁷ In deze studie werd nagegaan in hoeverre een in een westerse culturele omgeving al vaak gevonden sociaal-psychologisch fenomeen zich ook voordoet in een oosterse samenleving, in dit geval de Chinese. Het ging hier in concreto om wat 'social loafing' wordt genoemd: het verschijnsel dat de prestaties van individuen teruglopen als die weten of in elk geval veronderstellen dat ze deel uitmaken van een groep waarin ook anderen hun aandeel aan de werkzaamheden moeten leveren, en waarin de individuele bijdragen in het eindresultaat niet herkenbaar zijn. Dit 'loafing'- of in mooi Nederlands 'lanterfant'-gedrag doet zich sterker voor naarmate de groep waarvan men denkt deel uit te maken in omvang toeneemt, zo blijkt uit herhaalde studies.

Wat Early nu wilde weten, was of social loafing een universeel verschijnsel is of dat het zich beperkt tot een bepaalde cultuur. Voor gegevens over opzet, uitvoering en statistische analyse van de resultaten verwijs ik naar het betreffende artikel. Waar het me hier om gaat is dat de op de data uitgevoerde variantie-analyse in eerste instantie een statistisch significant hoofdeffect opleverde voor nationaliteit. Bij de Amerikanen bleek er, zoals verwacht, wel sprake te zijn van 'social loafing', bij de Chinezen niet. Pas toen er regressie-analyse op de resultaten werd uitgevoerd, waarbij als predictor-variabele naast nationaliteit ook de score op een speciaal geconstrueerde collectivisme-vragenlijst werd gehanteerd, werd duidelijk hoe de variantie in de uitkomsten werkelijk verklaard moest worden. Het bleek dat de mate van



collectivisme van de proefpersonen feitelijk de belangrijkste voorspelende waarde had. Wanneer die variabele in de analyse werd betrokken, was de bijdrage van nationaliteit niet langer significant.

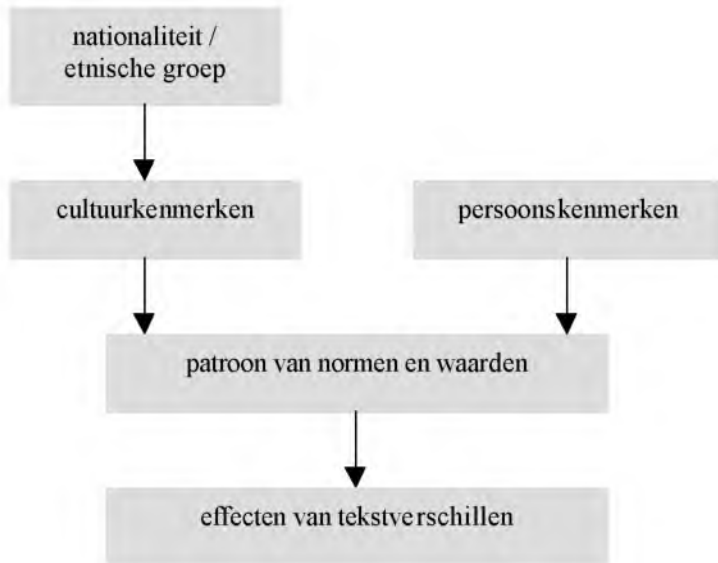
Anders gezegd: of iemand meer gaat lanterfant en als er in een grotere groep wordt gewerkt waar de individuele verantwoordelijkheden niet direct zichtbaar zijn, hangt niet primair af van de nationaliteit van de betrokkene, maar veeleer van het persoonlijke belang dat hij of zij toekent aan individualistische waarden als onafhankelijkheid versus collectivistische waarden als groepsloyaliteit. En hoewel ook uit het onderzoek van Earley een duidelijke samenhang van het individuele waardenpatroon blijkt met nationaliteit, wordt ten minste zo helder dat iemands waarden- en normenpatroon zich niet direct laat voorspellen uit een variabele als nationaliteit. Gelukkig maar, zou ik bijna zeggen. Iemands waarden- en normenpatroon wordt niet alleen bepaald door de samenleving waarvan hij of zij deel uitmaakt, maar ook door individuele achtergronden en karaktereigenschappen. Ook Hofstede zelf waarschuwt overigens al tegen het gevaar van stereotypering. Uitspraken over cultuur zijn geen uitspraken over individuen, zo schrijft hij in het slothoofdstuk van zijn bekendste boek.¹⁸

Cultuurvariabelen en tekstontwerpbeslissingen

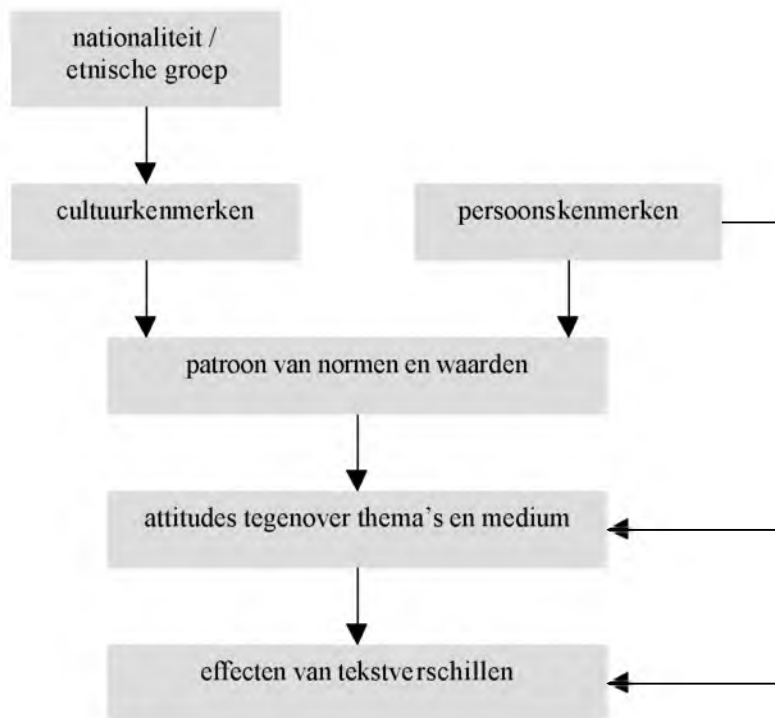
Ik keer weer terug op het pad van het tekstontwerp. Mijn belangrijkste conclusie uit het voorafgaande is dat het naïef en daarmee uiteindelijk ook weinig productief zou zijn om bij onderzoek naar de invloed van cultuurverschillen op de effecten van tekstverschillen op lezersgedrag, uit te gaan van een simpel model als het volgende.

Ten minste zal de mediërende rol in ogenschouw moeten worden ge-

nomen van cultuurdimensies als collectivisme-individualisme, machtsafstand en onzekerheidsvermijding, en ook van bijvoorbeeld de perceptie van tijd. Voorts zal er een expliciete plaats ingeruimd moeten worden voor de invloed van individuele persoonskenmerken en van variabelen als sexe, leeftijd en opleiding op het resulterende persoonlijke normen- en waardenpatroon. Het model komt er dan als volgt uit te zien.



Naar ik vrees is ook dit model nog veel te eenvoudig gedacht. Wat in elk geval ontbreekt zijn attitudes en overtuigingen ten aanzien van enerzijds de specifieke objecten, gebeurtenissen, personen en symbolen die in de te onderzoeken teksten aan de orde komen en anderzijds het communicatiemedium waarvoor gekozen is. Dat kan een tekst zijn in de meer traditionele betekenis van de term, een brochure dus bijvoorbeeld of een handleiding bij een product. Maar het kan ook een digitale informatiedrager in de brede zin van het woord betreffen. Ook suggereert het model ten onrechte dat er geen directe relaties zouden kunnen bestaan tussen persoonskenmerken enerzijds, en attitudes en leesgedrag anderzijds. Een model dat de werkelijkheid al dichter zou kunnen benaderen, is het volgende.



Figuur 2. Voorlopig model voor intercultureel communicatie-onderzoek

Ook dit model doet de werkelijkheid te zeer geweld aan om uiteindelijk in een project als ICATO als onderzoekskader te kunnen functioneren. Daarvoor is het te statisch en te zeer gedacht als een ononderbroken causale keten, en laat het te weinig ruimte voor de dynamiek en wederzijdse beïnvloeding die kenmerkend zijn voor communicatie. Dit model zal dan ook in de loop van het ICATO-project beslist nog worden bijgesteld. Maar het biedt ten minste voorlopig enig inzicht in mogelijk relevante relaties tussen componenten uit het probleemveld van de interculturele zakelijke communicatie, het sluit aan bij de beschikbare literatuur, en het valt statistisch te toetsen. Voor de geavanceerde statistische technieken die daarbij moeten worden gehanteerd, kunnen we gelukkig een beroep doen op de expertise van collega Korzilius, methodoloog in onze afdeling.¹⁹

Al met al scheidt het model uit figuur 2 voorlopig een werkbaar kader voor het type onderzoek waar het ons als communicatiekundigen in de letterenfaculteit primair om gaat: onderzoek naar effecten van tekstverschillen op lezers, in dit geval met een verschillende culturele achtergrond. Hoewel duidelijk moge zijn dat in zulk onderzoek ook steeds plaats moet worden ingeruimd voor de andere elementen uit het model dat hierboven is gepresenteerd, noem ik toch al enkele voorbeelden van mogelijke interacties tussen tekst- en cultuurvariabelen die zich voor onderzoek zouden lenen. Daarbij loop ik enigszins vooruit op keuzes die in het ICATO-project nog gemaakt moeten worden, maar ik wil toch kort aanduiden waar in concreto aan te denken valt.

Voor wat betreft persuasieve communicatie, het specialisme van collega Hoeken, die we onlangs in onze afdeling welkom mochten heten, lijkt onderzoek zinvol naar bijvoorbeeld de interactie tussen de cultuurdimensie machtsafstand en het gewicht dat er in een voorlichtingstekst wordt toegekend aan de deskundigheid van de bron.²⁰ Ik kan me ook onderzoek voorstellen naar een mogelijk verband tussen de score van de lezers op een masculiniteits-index en het type argumenten dat wordt aangevoerd in een brochure over bijvoorbeeld een onderwerp als schoolkeuze, en ik zie ook goede mogelijkheden voor een experiment waar de interactie wordt onderzocht tussen enerzijds collectivisme-individualisme-scores en anderzijds de wijze waarop er aan de lezer wordt gerefereerd (met 'men' of met 'u') in bijvoorbeeld een tekst die waarschuwt tegen riskante voedingsgewoontes.

Ook bij instructieve teksten, waar het vanmiddag speciaal over gaat, kan ik me goed onderzoek voorstellen naar interactie-effecten van cultuurdimensies en tekstvariabelen. Zo denk ik aan onzekerheidsvermijding en plaats en gedetailleerdheid van waarschuwingen, aan lange-termijngerichtheid en de verdeling van declaratieve en procedurele informatie, en aan machtsafstand en het gebruik van directe stijl, meer in het bijzonder van imperatiefconstructies.

Hoewel we het experimentele werk misschien het liefst zo snel mogelijk zouden willen aanvatten, is duidelijk dat er nog een flinke hoeveelheid voorbereidend werk gedaan moet worden. Ik doel dan bijvoorbeeld op de validatie en deels nieuwe ontwikkeling van instrumenten waarmee relevante cultuuraspecten gemeten kunnen worden. Daarbij kunnen we profiteren van de deskundigheid van collega Geritsen, die zich als sociolinguïste in het bijzonder heeft toegelegd op interculturele communicatie. Belangrijk wordt natuurlijk ook de benadering van de constructie van vragenlijsten, tekstvarianten en leesopdrachten waarmee die aan het werk gezet zullen worden. Daarbij kunnen we gebruik maken van de kennis en expertise die er juist in onze Nijmeegse afdeling Bedrijfscommunicatie bestaat op het gebied van een aantal belangrijke talen en culturen. Een hoge verwachting heb ik dan ook van de inbreng vanuit de sectoren Spaans, Duits, Frans en Engels, met als coördinatoren respectievelijk collega's Le Pair, Crijns, Poels en Hendriks. De goede contacten die er in onze afdeling bestaan met universiteiten binnen en buiten Europa, zullen we proberen te benutten om proefpersonen te werven die een aantal karakteristieken met elkaar delen, maar die naar verwachting op een aantal cultuurvariabelen verschillend scoren.

Een belangrijk samenwerkingsverband, in meerdere opzichten maar zeker ook in deze samenhang, bestaat er met *SAGUS*, het Sentrum vir Afrikaanse Gebruikskunde aan de Universiteit van Stellenbosch in Zuid-Afrika. Mede geïnspireerd door Nederlands werk op het gebied van de communicatiekunde, wordt er in dat centrum onder leiding van prof. Leon de Stadler hard gewerkt aan de ontwikkeling van tekstontwerp-expertise. Daaraan bestaat een grote behoefte in het nieuwe Zuid-Afrika met zijn omvangrijke en gecompliceerde communicatieproblematiek, zeker waar het informatievoorziening aan in cultureel opzicht heterogene doelgroepen betreft. We zien er naar uit *SAGUS*-onderzoekers te ondersteunen als zij in Zuid-Afrika na willen gaan

welke mogelijkheden er bestaan om de kwaliteit en effectiviteit van de interculturele communicatie te verhogen. Daarnaast gaan we ervan uit dat met goed gecoördineerd onderzoek ter plaatse, het ICATO-project alleen maar aan reikwijdte en aan diepgang kan winnen.

Ik laat het hierbij voor wat het interculturele onderzoek naar onder meer instructieve teksten betreft. Het zal u zijn opgevallen dat de U-bocht waarvan ik eerder sprak in dit geval nogal ruim bemeten is. Dat kan ook moeilijk anders. Er is eenvoudig te weinig kennis voorhanden over deze specifieke communicatievorm om in afzonderlijke gevallen al vlot de stap van probleemanalyse naar oplossingsmethode te kunnen zetten. Soms ligt dat gelukkig anders. Ons vakgebied is intussen zo ver ontwikkeld dat we de meeste opdrachtgevers snel en effectief kunnen helpen als die de universiteit benaderen met het verzoek de kwaliteit van hun instructieve teksten te onderzoeken en zo mogelijk te verbeteren. In het *CIBC*, het Centrum voor Internationale Bedrijfscommunicatie dat zich in onze afdeling speciaal richt op derdegeldstroomactiviteiten, hebben we de afgelopen periode onder meer werk kunnen doen voor het Centraal Instituut voor de Toetsontwikkeling (CITO) en voor het Nijmeegse Academische Ziekenhuis Radboud. De resultaten die daarbij zijn geboekt, zijn uitstekend ontvangen. Evident is dat daarbij de inspirerende wijze waarop collega van Mulken vanaf het begin het *CIBC* heeft vormgegeven, daarbij een belangrijke rol heeft gespeeld.

Helpers weg en nieuwe media

Kenmerkend voor de aanpak van het *CIBC* is wat we de helpers wegbenadering noemen. Organisaties die onze hulp inroepen als er problemen zijn rond hun instructieve communicatie, stellen we altijd twee eindproducten in het vooruitzicht: een op in-situ-onderzoek gebaseerd en op zijn effectiviteit getoetst nieuw instructief document, en daarnaast een procedure en/of tekstmodel waarmee de deskundigheid binnen de eigen organisatie kan worden vergroot. Het streven is steeds dat er uiteindelijk geen beroep meer hoeft te worden gedaan op de betrokkenheid van *CIBC*-medewerkers of van andere externe deskundigen om tot hoogwaardige instructieve documenten te komen. Eenzelfde benadering is ook kenmerkend voor een project dat is gestart bin-

nen Informaat, een Nederlandse organisatie die zich heeft gespecialiseerd in informatie-ontsluiting. In het betreffende project wordt een systeem ontwikkeld dat makers van on-line help stap voor stap door het ontwerptraject neemt. In samenwerking tussen Informaat en onze afdeling worden in het komende jaar de merites en de verbetermogelijkheden van dit systeem onder de loep genomen.

Daarmee kom ik op een terrein dat in mijn betoog nog nauwelijks aandacht heeft gekregen, maar dat voor de toekomst van de instructieve communicatie, en ook voor de bedrijfscommunicatie in zijn algemeenheid zonder twijfel van belang is. Ik doel op de communicatie via de nieuwe media, in het bijzonder Intra- en Internet. Met het snel groeiende aantal Internet-gebruikers, ook in Nederland, nemen de mogelijkheden alleen maar toe via het World Wide Web effectieve instructieve communicatie te realiseren. Om de terminologie te gebruiken die Bordewijk & Van Kaam hebben geïntroduceerd: met de interactieve communicatiefaciliteiten die het Internet biedt, hoeft de scheiding niet langer gehandhaafd te blijven tussen informatie-allocutie door de zender, informatie-consultatie door de ontvanger, conversatie tussen zender en ontvanger en registratie van ontvangergegevens bij de zender.²¹

Om het met een concreet voorbeeld te verduidelijken: jongeren die op dit moment de website van de Nederlandse Belastingdienst raadplegen, worden daar geattendeerd op de mogelijkheid dat ze te veel betaalde loonbelasting terug kunnen krijgen (de allocatiefunctie), ze kunnen informatie opvragen over de voorwaarden om voor teruggave in aanmerking te komen en over het bedrag waar ze misschien recht op hebben (de consultatiefunctie), ze kunnen direct een uitstekend antwoord en fraai vormgegeven aanvraagformulier invullen (de registratiefunctie) en ze kunnen daarbij ook contextafhankelijke on-line help benutten.²² Dat laatste zou met enige goede wil als een zwakke vorm van de conversatiefunctie beschouwd kunnen worden.

Verder gaat wat dat betreft de benadering van SBOD, een organisatie die zich specialiseert in informatie- en dienstverlening aan de burger via de moderne media. SBOD heeft ervoor gekozen om net als de Belastingdienst en ook andere overheidsorganisaties diverse informatiestromen te integreren in een vorm van gedigitaliseerde communicatie. Bijzonder is dat in deze aanpak de conversatiefunctie veel explicieter en vooral ook op een veel meer authentieke wijze terug te vin-

den is. De gebruiker heeft op elk gewenst moment de mogelijkheid om de interactie met het systeem te onderbreken en een on-line audio- en videoverbinding tot stand te brengen met een specialist 'aan de andere kant van de kabel'. In een kort gesprek kan dan informatie worden verzameld die de gebruiker helpt om de informatie op het scherm beter te begrijpen of om het beeldschermformulier waar hij of zij mee bezig was, correct in te vullen. Dat is een interessante toevoeging aan de overheidsvoorlichting zoals we die tot nu toe kennen. Wij vinden het een uitdaging om vanuit het CIBC in opdracht van SBOD verder onderzoek aan deze vorm van instructieve communicatie te gaan doen.

Slot

Dames en heren. De beschikbare tijd noopt mij langzamerhand tot een afronding van mijn betoog te komen. Ik wilde iets laten zien van de uitdagingen die er nog liggen op het gebied van het onderzoek naar instructieve en ook persuasieve documenten, en van het enthousiasme dat er in onze afdeling bestaat om daar in de komende tijd aan te gaan werken. Waar ik aan voorbij moest gaan, zijn allerlei andere en zeker ook belangrijke vormen van bedrijfscommunicatie-onderzoek. Want laat het duidelijk zijn: bedrijfscommunicatie is aanzienlijk breder dan alleen de studie van zakelijke documenten. Ik wil hier niet ingaan op de in mijn ogen niet erg productieve discussie over de precieze afbakening van de Bedrijfscommunicatie en over de vraag of we hier met een inter- of een multidisciplinair gebied van doen hebben.²³ Voorlopig houd ik het op een aanduiding van het vak als de studie van communicatie-processen en producten binnen en vanuit organisaties, in ons geval bij voorkeur internationaal opererende organisaties. Vanzelfsprekend sluit die omschrijving meer in dan onderzoek naar verbetermogelijkheden voor zakelijke documenten. Te denken valt aan een thema als communicatiemanagement, aan het concept van de lerende organisatie, aan het spanningsveld tussen imago en identiteit, aan de communicatieve kwaliteit van het werkoverleg, aan de ontwikkeling en validering van communicatie-audits, aan beleefdheidsmanifestaties in internationale onderhandelingen. Zo zijn er meer onderwerpen die de aandacht van Bedrijfscommunicatie-onderzoekers, ook in onze afdeling verdienen. De onlangs onder redactie van mijn collega's Gerritsen en

Springorum verschenen bundel met Nijmeegse artikelen rond de bedrijfscommunicatie mag daarvan getuigen.

De wenselijkheid van een brede kijk op ons vakgebied laat echter onverlet dat het van belang is in het eigen onderzoek een hoofdthema te kiezen waar de gezamenlijke inspanningen zich op concentreren. In ons geval zal dat het ontwerp zijn van persuasieve en instructieve teksten, waar zinvol in het bijzonder gericht op de interculturele aspecten daarvan. Ik hoop aannemelijk gemaakt te hebben dat daar veel boeiend en belangrijk werk te doen valt - juist in een afdeling waar veel taal- en tekstexpertise verzameld is, en waar meertaligheid en belangstelling voor interculturele communicatie bijna vanzelf spreken.

Ik ben toe aan mijn laatste inhoudelijke opmerkingen. Die betreffen de opleiding Bedrijfscommunicatie. Ik heb in het jaar dat ik hier nu werkzaam ben de opleiding leren kennen en waarderen als een gedegen academische voorbereiding op de uitvoering van een breed scala aan communicatietaken in arbeidsorganisaties. De opleiding biedt een interessante en uitdagende combinatie van taalvaardigheid, cultuurkennis, bedrijfskunde en communicatiekunde, en de studenten worden daarnaast nog vertrouwd gemaakt met relevante onderzoeksmethoden en technieken. Het is dan ook niet verwonderlijk dat onze studenten meer dan tevreden zijn met het onderwijs dat hun hier wordt aangeboden. Ik hoop eraan bij te dragen dat de inhoudelijke en onderwijskundige kwaliteit van ons onderwijs in de komende jaren gehandhaafd, en waar mogelijk nog verder verbeterd zal worden.

De basisformule van Bedrijfscommunicatie Letteren, praktische kennis en vaardigheden op een academische voedingsbodem, blijkt een succesvolle - alleen al waar het de studentenaantallen betreft. Op dit moment studeert ongeveer een derde van de studentenpopulatie in de Nijmeegse letterenfaculteit in onze opleiding. Het gaat daarmee om een naar Nederlandse begrippen omvangrijke letterenopleiding, die gelukkig is gezegend met een deskundige en zeer enthousiaste staf. Dat enthousiasme en de werklust die daarmee samengaat, zijn overigens ook dringend gewenst als men de student-staf ratio beziet. Er zijn nu meer dan 600 studenten voor de hele opleiding (waarvan ruim 140 eerstejaars) tegenover in totaal 16 voltijdse docentaanstelligen (waarvan één hoogleraar). Die verhoudingen steken schril af tegen het beeld dat we van andere academische opleidingen kennen. Ik hoef maar te herinneren aan het onlangs verschenen rapport van de Adviesraad voor het

Wetenschaps- en Technologiebeleid, die constateerde dat er in traditionele bètastudies in Nederland thans ongeveer met één hoogleraar per twee of drie eerstejaarsstudenten gewerkt wordt.

Alleen door een hele grote inzet van de stafleden slagen we erin onze opleiding de inhoud te geven die voor een academisch eindniveau noodzakelijk is. Daarvoor ben ik al mijn collega's in onze afdeling zeer dankbaar. Dat ben ik ook voor de uitstekende sfeer waarin er wordt gewerkt, en die voor mij zo goed voelbaar is geweest vanaf het moment dat ik deel van de afdeling ben geworden. De warme gastvrijheid waarmee ik hier ben welkom geheten, zal ik niet licht vergeten.

Dank zeg ik ook aan de collega's van het onderwijsinstituut Taal, Communicatie en Informatie, en dan in het bijzonder aan de directeur, professor Kees de Bot. Direct vanaf het begin is onze samenwerking uitstekend verlopen - op het zakelijke en bestuurlijke vlak, maar ook daarbuiten. Ik denk graag terug (en ik word ook regelmatig herinnerd) aan een gezamenlijk optreden in de televisiestudio's in Aalsmeer, waar het begrip profileringsleerstoel voor mij plots een andere dimensie kreeg dan ik had voorzien toen ik hier op die noemer werd aangesteld.

Ik verheug me erop de komende jaren te mogen werken in de context van de Nijmeegse Letterenfaculteit, en van daaruit in samenwerkingsverbanden als het onderzoeksinstituut CLS, het Tilburgs-Nijmeegse *Centre for Language Studies* en de LOT, de *Landelijke Onderzoeksschool Taalkunde*. Veel wederzijdse inspiratie verwacht ik daarbij met name van mijn collega's die zich elders in Nederland ook met tekstwetenschap en tekstontwerp bezig houden. Ik voel mij rijk dat ik velen van hen ook tot mijn persoonlijke vrienden mag rekenen. Ook Marijke mag hier niet ongenoemd blijven, al zou ze dat zelf misschien verkiezen. Zonder haar had ik hier niet gestaan. Dankjewel voor alles.

Ik draag deze rede op aan mijn ouders. Wat had ik deze dag graag met hen willen delen.

Ik heb gezegd.

Noten

1. Zie Jansen & Steehouder (1989), Jansen e.a. (1989) en Steehouder & Jansen (1997).
2. Zie Flower et al. (1983).
3. Zie bijvoorbeeld de speciale aflevering van *Technical Communication* (42, 1, 1995) over het thema 'Value added' bij kwalitatief hoogstaande gebruikersdocumentatie; voor enkele Nederlandse voorbeelden: zie Jansen & Steehouder (1989) en Jansen, Klatter & De Vet (1991).
4. Zie Schriver (1997, hst. 4).
5. Zie Schriver (1989), Van der Mast (1999), Jansen & Janssen (1999) en Steehouder (1997).
6. Zie over de rol van onderzoek in het communicatiekundig ontwerpproces ook Schellens e.a. (1999).
7. Voor onderzoek naar het probleemoplossingsproces, zie bijv. Newell & Simon (1972); voor overzichten van gerontologische literatuur, zie Van Hees (1996), Bouma (te verschijnen) en Wright (te verschijnen).
8. Zie Schriver (1989, p. 325).
9. Zie het rapport van de VSNU-visitatiecommissie Letteren (1998).
10. Zie bijvoorbeeld Horton (1994).
11. Zie Hoft (1995, p. 76).
12. Zie bijvoorbeeld Hofstede (1995).
13. Zie Warren (1994), Hall (1976) en Victor (1992).
14. Zie behalve Hofstede (1995) en de verwijzingen aldaar ook bijvoorbeeld het overzichtsartikel van Gerritsen (1997).

15. Zelf schrijft Hofstede: “[...] het hanteren van nationaliteit als criterium is vaak een kwestie van noodzaak of althans van gemak, want het is eenvoudiger gegevens te krijgen over staten dan over organische, homogene samenlevingen” (Hofstede, 1995, p. 24). Gevolg van deze benadering is bijvoorbeeld dat het beeld van de Zuid-Afrikaanse cultuur dat uit Hofstede’s analyses naar voren komt, een grote gelijkenis vertoont met de cultuur die hij als typerend voor Groot-Brittannië presenteert. Echt verrassend is dat niet, gelet op de herkomst van Hofstede's respondenten. Zeker ten tijde van zijn onderzoek vormde de Britse cultuur een belangrijk referentiekader voor de bevolkingsgroep in Zuid-Afrika waaruit een groot deel van de IBM-medewerkers afkomstig zal zijn geweest die de data voor Hofstede hebben geleverd. Evident is echter dat die groep niet als representatief voor de gehele Zuid-Afrikaanse bevolking kan gelden.
16. Zie Hofstede (1995, p. 310-317).
17. Zie Earley (1989).
18. Hofstede (1995, p. 312)
19. Zie voor een voorbeeld van een van de weinige studies naar de relatie tussen cultuur en individueel gedrag waar voor een vergelijkbare model-toetsende aanpak werd gekozen: Singelis & Brown (1995).
20. Zie Hoeken (1998, p. 147-148).
21. Zie Bordewijk & Van Kaam (1982); zie ook Van Dijk (1991) voor een toepassing van de onderscheidingen van Bordewijk & Van Kaam bij de bespreking van de communicatiemogelijkheden die de nieuwe media bieden voor een vergrote participatie van de burger in de politieke besluitvorming.
22. Zie: <http://www.belastingdienst.nl/>
23. Zie het themanummer van het *Journal of business communication* over ‘Discipline formation’ (35, 1, 1998).

Literatuur

- Bordewijk, J.L. & Van Kaam, B. (1982). *Allocutie: enkele gedachten over communicatievrijheid in een bekabeld land*. Baarn: Bosch & Keuning.
- Bouma, H. (to appear). Document and user interface design for older citizens. In P.H. Westendorp, C.J.M. Jansen & R. Punselie (Eds.). *Interface design and document design*. Amsterdam: Rodopi.
- Brown, P. & Levinson, S.C. (1987). *Politeness. Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Flower, L., Hayes, J. & Swarts, H. (1983). Revising functional documents: the scenario principle. In P. Anderson, R. Brockmann & C. Miller (Eds.). *New essays in technical and scientific communication. Research, theory and practice*. Baywood: Amityville (NY), pp. 41-58.
- Gerritsen, M. (1998). The role of culture in communication. How knowledge of differences in communication between cultures may be the key to successful intercultural communication. *South-African journal of linguistics, suppl. 35*, pp. 28-50.
- Gerritsen, M & Springorum, D. (Red.) (1999). *Bedrijfscommunicatie. Een bundel opstellen voor Ger Peerbooms bij gelegenheid van zijn 65e verjaardag*. Nijmegen: Nijmegen University Press.
- Hall, E.T. (1976). *Beyond culture*. Garden City (NY): Doubleday Anchor.
- Hees, M. van (1994). *Oud geleerd, oud gedaan. Optimalisering van handleidingen voor ouderen*. Doctoraalscriptie Nederlandse taal- en letterkunde, Universiteit Utrecht.
- Hees, M. van (1996). User instructions for the elderly. What the literature tells us. *Journal of technical writing and communication 26*, pp. 521-536.

- Hoeken, H. (1998). *Het ontwerp van instructieve teksten. Wat onderzoek leert over de opzet van effectieve reclame en voorlichting*. Bussum: Coutinho.
- Hofstede, G. (1995, 7e druk). *Allemaal andersdenkenden. Omgaan met cultuurverschillen*. Amsterdam: Contact.
- Hoft, N. (1995). *International technical communication. How to export information about high technology*. New York: Wiley.
- Horton, W. (1994). *The icon book. Visual symbols for computer systems and documentation*. New York: Wiley.
- Jansen, C. & Erkel, A.J. van (1996). Instructional documents in Spanish and in Dutch: do they really differ? In T. Ensink & C. Sauer (Eds.). *Researching technical documents*. Groningen: University of Groningen, Department of Speech and Communication, pp. 69-86.
- Jansen, C., Klatter, S. & Vet, D. de (1991). Formulierenonderzoek bij de Informatiseringsbank. *Communicatief 4*, pp. 189-204.
- Jansen, C. & Steehouder, M.F. (1989). *Taalverkeersproblemen tussen overheid en burger. Een onderzoek naar verbeteringsmogelijkheden van voorlichtingssteksten en formulieren*. Dissertatie Universiteit Utrecht. 's-Gravenhage: Sdu.
- Jansen, C. & Steehouder, M. (1992). Forms as a source of communication problems. *Journal of technical writing and communication 22*, pp. 179-194.
- Jansen, C. & Steehouder, M. (1996). The sequential order of instructions. Some formal methods for designers of flow charts. *Journal of technical writing and communication 26*, pp. 455-473.
- Jansen, C.J.M. e.a. (1989). *Formulierenwijzer. Gids voor de redactie van formulieren*. 's-Gravenhage: Sdu.

- Jansen, F. & Janssen, D. (1999). Beleefdheid in zakelijke teksten. *Tekst-[blad] 13 (1)*, pp. 13-19.
- Landa, L. (1974). *Algorithmization in learning and instruction*. Englewood Cliffs (N.J).
- Mast, N. van der (1999). *Woordenwisselingen. Een onderzoek naar de manier waarop schrijvers consensus over beleidsteksten bewerkstelligen*. Dissertatie Universiteit Utrecht. Amsterdam: Thela Thesis.
- Newell, A. & Simon, H.A. (1972). *Human Problem solving*. Englewood Cliffs (NJ): Prentice-Hall.
- Schellens, P.J, Klaassen, R. & Vries, S. de (Red.) (1999). *Communicatiekundig ontwerpen*. Reader Opleiding Toegepaste Communicatiewetenschap. Enschede: Universiteit Twente.
- Schrivier, K.A. (1989). Document Design from 1980 to 1989: Challenges that remain. *Technical Communication 36*, pp. 316-331.
- Schrivier, K.A. (1997). *Dynamics in document design. Creating texts for readers*. New York: Wiley.
- Singelis, T.M. & Brown, W.J. (1995). Culture, self and collectivist communication. Linking culture to individual behavior. *Human communication 21*, pp. 354-389.
- Steehouder, M.F. (1997). Author and reader in instructions for use. *Proceedings of the international professional communication conference*. Salt Lake City, October 19-25, pp. 77-90.
- Steehouder, M. & Jansen, C. (1984). Technologische taalbeheersing. *Gamma 8*, pp. 1-22.
- Steehouder, M. & Jansen, C. (1997). *Handleidingenwijzer. Handboek voor effectieve softwarehandleidingen*. 's-Gravenhage: Sdu.

- Victor, D.A. (1992). *International business communication*. New York: Harper Collins.
- Warren, T.L. (1994). Issues in internalization of documentation: quality control. In M. Steehouder et al. (Eds.). *Quality of technical documentation*. Amsterdam: Rodopi, pp. 171-184.
- Wheatley, D.M. & Unwin, A.W. (1972). *The algorithm writer's guide*. London.
- Wright, P. (to appear). Supportive documentation for older people. In P.H. Westendorp, C.J.M. Jansen & R Punselie (Eds.) *Interface design and document design*. Amsterdam: Rodopi.