

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/2066/74343>

Please be advised that this information was generated on 2019-05-21 and may be subject to change.

20 MAART 2000
Du-Week

Tijdschrift

TAAL

beheer

jaargang 22, nummer 1
maart 2000

Zo werkt dat. Het ontwerp van instructieve teksten

Verkorte versie oratie KU Nijmegen, 22-10-1999*

1. Inleiding

Wie rond de millenniumwisseling het leven wil veraangenamen door gebruik te maken van de verworvenheden van de moderne technologie, kan er niet onderuit. Met enige regelmaat zal hij (of zij natuurlijk) complexe, lastig beredeneerbare handelingen moeten uitvoeren om de werking van de betreffende apparatuur aan de eigen wensen te laten voldoen. Zo zullen er af en toe nieuwe zenders op televisie of videorecorder moeten worden geprogrammeerd, zal de wekkerradio moeten worden ingesteld en zal de klok op de digitale thermostaat van zomertijd naar wintertijd moeten worden geschakeld. Niet zelden valt in zulke situaties de klacht te vernemen dat de informatie schromelijk tekort schiet waarmee zo'n taak tot een goed einde moet worden gebracht. Het kan een kwestie zijn van slecht vertaalwerk door een medewerker die de doeltaal niet of nauwelijks beheerst.[1] Het kan ook gaan om inhoudelijke missers, bijvoorbeeld door-

dat het product 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.

2. Perspectief

Maar meestal is er iets anders aan de hand waardoor instructieve teksten niet de hulp bieden waar de lezers ze voor ter hand nemen. Terwijl die lezers primair geïnteresseerd zijn in

Samenvatting

Met dit artikel als begin besteedt het *Tijdschrift voor Taalbeheersing* voortaan aandacht aan de oraties van recent benoemde hoogleraren.

Carel Jansen betoogt dat onderzoek naar de kwaliteit van instructieve documenten niet alleen een praktisch belang heeft voor consumenten en producenten. Ook voor tekst- en communicatiewetenschappers ligt hier een belangrijke uitdaging. Het gaat hem dan niet om ad-hoc maatregelen bij incidentele communicatieproblemen. Hij pleit voor een route (de *U-bocht*) die via theorieverkenning en empirisch onderzoek, van probleemanalyse leidt naar deugdelijk onderbouwde oplossingsmethoden. Opmerkelijk genoeg is in het onderzoek tot nu toe nog weinig aandacht besteed aan de invloed van cultuurverschillen op de waardering voor en de effectiviteit van instructieve teksten. Binnen de afdeling Bedrijfscommunicatie van de KU Nijmegen is een project van start gegaan (ICATO) waarin juist deze thematiek centraal staat.

het uitvoeren van een concrete taak, is in de teksten die zij daartoe willen raadplegen vaak een heel ander perspectief te herkennen. In veel handleidingen, gebruiksaanwijzingen en toelichtingen bij formulieren is de drang van de auteurs herkenbaar 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 (zie Jansen & Steehouder, 1989; Jansen e.a., 1989; Steehouder & Jansen, 1997).

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 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 et al. (1983) in een onderzoek naar het leesgedrag bij overheidsdocumenten laten zien dat dat gekenmerkt wordt door wat zij het *scenario-principe* gedoopt hebben. Hun hardop denkende proefpersonen bleken het bestuderen van het bureaucratische proza dat ze voorgelegd kregen, frequent te onderbreken door uitingen als de volgende.

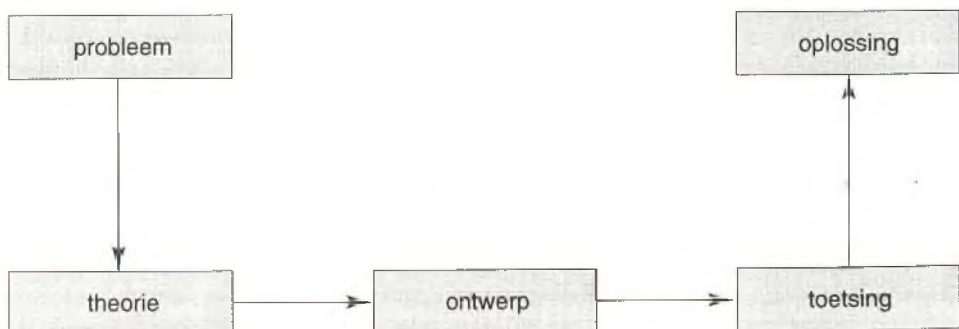
- 'Oh, dus als ik zou verhuizen naar gebied [A], zou ik geen recht meer hebben op [B]', of
- 'Als ik het goed begrijp, heb ik alleen recht op bedrag [C] als mijn inkomen lager is dan bedrag [D]'.

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.[2] Voor de hand ligt de vraag hoe het dan komt dat het gebruikersperspectief in veel vormen van instructieve communicatie nog maar moeilijk herkenbaar is. Het antwoord is vermoedelijk niet erg gecompliceerd. In veel organisaties waar moderne technologie-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 op zijn minst acceptabele instructieve tekst interessanter zijn voor de organisatie die die tekst verspreidt dan wel eens wordt verondersteld. Dat blijkt bijvoorbeeld uit Schriver (1997), waar een onderzoek wordt gerapporteerd onder zo'n 200 Amerikaanse consumenten die werden geïnterviewd bij het verlaten van een elektronica-winkel in de buurt van Pittsburgh. Een van de vragen die werden gesteld, was of positieve ervaringen met de handleiding bij een product van een bepaald merk, ertoe zouden leiden dat men een volgende keer bij een ander product weer de voorkeur aan datzelfde merk zou geven. De overgrote meerderheid (79%) zei daarop stellig 'ja'. [3] Het mag dan zo zijn dat kopers van een videorecorder, een mobiele telefoon of een audioset in de winkel slechts zelden naar de handleiding vragen, de resultaten van dit onderzoek geven aan dat de communicatieve kwaliteit van een instructieve tekst wel degelijk een rol speelt bij toekomstige aankoopbeslissingen (Schriver, 1997: 223).

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 documenten die overheidsinstellingen verstrekken bij de vele regelingen waar burgers mee geconfronteerd kunnen worden (zie onder meer Jansen & Steehouder, 1992).

3. U-bochtconstructie

Wat voor rol nu speelt het wetenschappelijk onderzoek bij de kwaliteitsverbetering van dit soort zakelijke documenten? Ligt hier eigenlijk wel een taak voor de universiteit, en dan met name voor communicatiekundigen? De laatste jaren is de overtuiging gegroeid dat die vraag positief moet worden beantwoord (zie bijvoorbeeld Schellens e.a., 2000). Behalve aan het op beschrijving en verklaring van taalsysteem en taalgebruik gerichte werk zoals dat er binnen de taalkunde wordt verricht, is er in onze samenleving ook behoefte aan onderzoek waar de oplossing van problemen in de professionele communicatie de centrale doelstelling is. Dat betekent 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 wetenschappelijke onderzoek moet verder te reiken, en moet gericht zijn op empirisch beproefde oplossingsmethoden voor probleemcategorieën. Noodzakelijk voor dit type onderzoek is dat er bij het genereren van mogelijke oplossingen een route wordt gekozen die kan worden aangeduid met de term *U-bochtconstructie*. Het gaat erom 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. Maar een eclectische benadering betekent nog 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.



Figuur 1: U-bochtconstructie

Met deze U-bochtconstructie wordt het gevaar vermeden waar Schriver (1989) op wijst, als zij constateert dat tekstontwerpers er in de jaren zeventig en tachtig vaak voortreffelijk in geslaagd zijn om wat zij noemt 'lokale communicatieproblemen' aan te pakken, 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 specifiek producttype overschrijden. De verdieping van het vakgebied waar Schriver tien jaar geleden voor pleitte, is er zeker gekomen, niet in het minst door de bijdragen van Nederlandse onderzoekers.

4. Cultuur

Opmerkelijk is dat er in ons land, maar ook daarbuiten, tot nu toe aan een van de belangrijkste uitdagingen op het gebied van tekstontwerponderzoek 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 gewichtsystemen, en tegenwoordig ook wel de keuze van pictogrammen die in de ene cultuur wel en in de andere cultuur beter maar niet gebruikt kunnen worden. Op communicatiestrategieën of op inhoudelijke of stilistische keuzes gerichte adviezen zijn er nauwelijks te vinden (zie bijvoorbeeld Johnson Rew, 1993; Horton, 1994).

Het belangrijkste probleem echter in de adviesliteratuur rond interculturele communicatie is de gebrekkige fundering daarvan. Zo stelt Hofstede (1995) dat het goed is bij het vertalen van Amerikaanse documentatie naar het Frans flink te schrappen in de herhalingen die kenmerkend zouden zijn voor Engelstalige teksten. Franse lezers zouden een minder redundante tekst verkiezen. Als enige bron in de argumentatie fungeren hier: "many English-to-French translators". Verdere onderbouwing ontbreekt.

Er zijn uitzonderingen. Soms wordt er in de adviesliteratuur over interculturele instructieve communicatie (bijvoorbeeld in Warren, 1994) wél verwezen naar empirisch onderzoek. Bijna altijd betreft dat sociaal-wetenschappelijk werk als dat van Hofstede (1984; 1995), dat is gericht op het inventariseren en clusteren van cultuurverschillen. Directe conclusies over tekstenmerken die in de ene cultuur meer en in de andere minder adequaat zouden zijn, kunnen er uit dat soort studies echter niet getrokken worden. Daarvoor is empirisch onderzoek nodig naar de feitelijke invloed van cultuurverschillen op de effectiviteit van zakelijke teksten. Onlangs is in de afdeling Bedrijfscommunicatie van de Letterenfaculteit van de KU Nijmegen een project van start gegaan met de bedoeling aan dat soort onderzoek een

bijdrage te leveren, of preciezer misschien: tot dat soort onderzoek het initiatief te nemen. Want opmerkelijk genoeg is onderzoek naar de relatie tussen tekstontwerp en cultuurverschillen nog nauwelijks verricht.

In het betreffende project, dat de naam *ICATO* heeft gekregen (Interculturele Aspecten van TekstOntwerp), gaat de aandacht niet alleen uit naar instructieve teksten, maar ook naar persuasieve, op overtuigen gerichte documenten. 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.

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.[4]

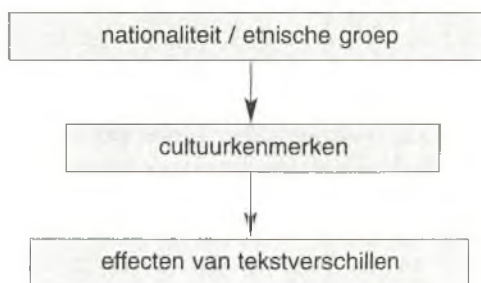
Lange-termijn- versus korte-termijnorientatie

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

Het voert te ver hier de verschillende dimensies verder uit te werken en de posities van verschillende landen op de vijf dimensies te bespreken, hoe boeiend zo'n exercitie op zichzelf ook moge zijn.[5] Hetzelfde geldt voor de beperkingen die er kleven aan het op zichzelf bewonderenswaardige werk dat Hofstede met zijn cultuuronderzoek heeft verricht.[6]

5. Tekstontwerpeffecten en cultuurverschillen

Wel van belang is hier de constatering dat het naïef en daarmee uiteindelijk ook weinig productief zou zijn om uit het soort cultuurverschillen waartoe Hofstede concludeert, directe voorspellingen af te leiden over de effecten van tekstverschillen op lezersgedrag. Een eenvoudig model als dat in figuur 2 kan niet een afdoende theoretische basis vormen voor onderzoek naar interculturele aspecten van tekstontwerp.



Figuur 2

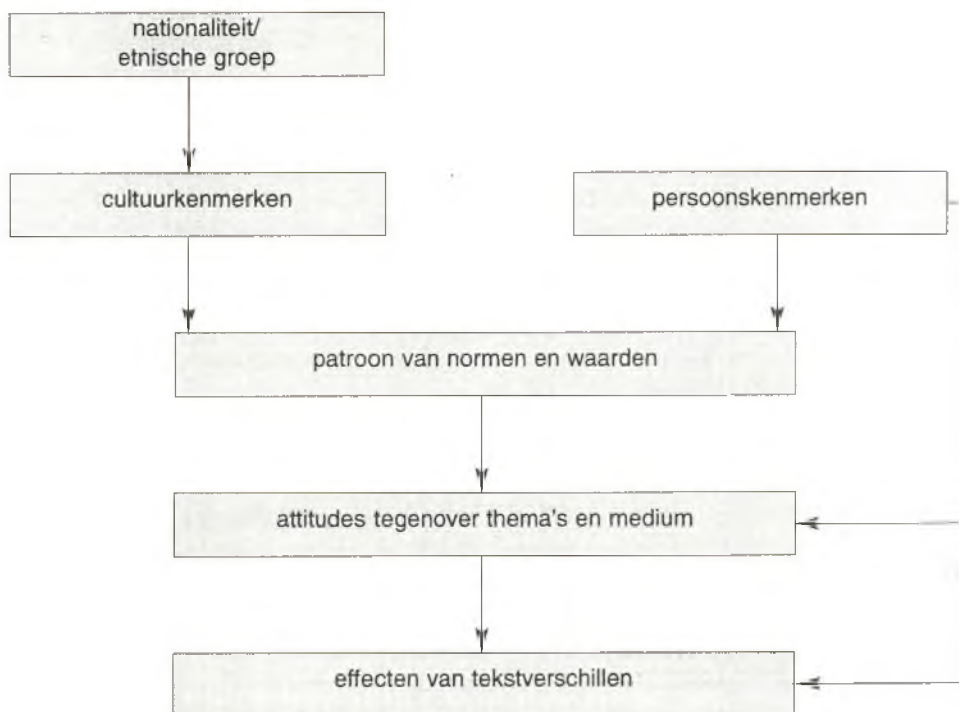
Ten minste zal ook de relatie in ogenschouw moeten worden genomen tussen cultuurdimensies op groepsniveau en waardenpatronen op individueel niveau.

Een goede illustratie van het belang van een onderscheid tussen deze niveaus levert de studie waarover wordt gerapporteerd in Earley (1989). In dit onderzoek 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 Earley nu wilde weten, was of 'social loafing' een universeel verschijnsel is of dat het zich beperkt tot een bepaalde cultuur.

De variantie-analyse die op de data werd uitgevoerd, leverde in eerste instantie een statistisch significant hoofdeffect op voor nationaliteit. Bij de Amerikanen bleek er, zoals verwacht, wél sprake te zijn van 'social loafing', bij de Chinezen niet. Maar toen er een regressie-analyse op de resultaten werd uitgevoerd, waarbij als predictor-variabele naast nationaliteit ook de individuele score op een speciaal geconstrueerde waarden-vragenlijst werd gehanteerd, werd duidelijk hoe de variantie in de uitkomsten werkelijk verklaard moest worden. Het bleek dat het belang dat de individuele proefpersonen hechtten aan collectivistische waarden als groepsloyaliteit, versus individualistische waarden als onafhankelijkheid, feitelijk het grootste deel van de variantie verklaarde. Wanneer die variabele in de analyse werd betrokken, was de bijdrage van nationaliteit niet langer significant.

Anders gezegd: of iemand meer gaat lanterfanten als er in een grotere groep wordt gewerkt waar de individuele verantwoordelijkheden niet direct zichtbaar zijn, hangt blijkens dit onderzoek niet primair af van de nationaliteit van de betrokkene, maar veeleer van het persoonlijke belang dat hij of zij toekent aan waarden als groepsloyaliteit of juist onafhankelijkheid. Hoewel uit het onderzoek van Earley een duidelijke samenhang van het individuele waardenpatroon blijkt met nationaliteit, wordt minstens zo helder dat iemands waarden- en normenpatroon zich niet direct laat voorspellen uit deze variabele, maar voor een belangrijk deel wordt bepaald door individuele achtergronden en karaktereigenschappen.[7]

Wat betekent dat voor het model dat de basis moet vormen voor intercultureel tekstontwerponderzoek? In ieder geval zal daarin expliciet plaats moeten worden ingeruimd voor de invloed van individuele persoonskenmerken, en ook van variabelen als sexe, leeftijd en opleiding op het resulterende persoonlijke normen- en waardenpatroon. Maar met zo'n model is de werkelijkheid nog te weinig recht gedaan. Expliciet zal ook moeten worden gemaakt wat de rol is van attitudes en overtuigingen, enerzijds ten aanzien van de specifieke objecten, gebeurtenissen, personen en symbolen die in de te onderzoeken teksten aan de orde komen, en anderzijds ten aanzien van 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. Een model dat de realiteit al dichter zou kunnen benaderen, is afgebeeld in figuur 3.



Figuur 3: Voorlopig ICATO-model

Ook dit model is nog niet geschikt om uiteindelijk in het ICATO-project 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. Het 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. Al met al scheidt het model uit figuur 3 voorlopig een werkbaar kader voor het type onderzoek waar het de communicatiekundigen in de Nijmeegse 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, kunnen toch al enkele voorbeelden worden genoemd van mogelijke interacties tussen tekst- en cultuurvariabelen die zich voor onderzoek zouden lenen. Voor wat betreft persuasieve communicatie is onderzoek mogelijk naar bijvoorbeeld de interactie tussen de cultuurdimensie machtsafstand en het gewicht dat er in een voorlichtingstekst wordt toegekend aan de deskundigheid van de bron. Ook kan worden gedacht aan onderzoek 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. Denkbaar zijn ook experimenten 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 op het gebied van instructieve teksten zijn er aantrekkelijke mogelijkheden om onderzoek te doen naar interactie-effecten van cultuurdimensies en tekstvariabelen. Gedacht kan worden aan onzekerheidsvermijding gerelateerd aan plaats en gedetailleerdheid van waarschuwingen, aan lange-termijngerichtheid en de verdeling van declaratieve en procedurele informatie in handleidingen, en aan machtsafstand en het gebruik van directe stijl, meer in het bijzonder van imperatiefconstructies.

Het zijn slechts enkele voorbeelden van studies die in de komende jaren in ICATO-verband ondernomen kunnen worden. Duidelijk is dat er veel meer interessante thema's zijn op het snijvlak van cultuuronderzoek en tekstontwerp, die uitnodigen tot het opzetten en uitvoeren van experimenten. Maar duidelijk is ook dat er een flinke hoeveelheid voorbereidend werk wacht voordat er zinvol geëxperimenteerd kan worden. Zo is er behoefte aan validatie en deels nieuwe ontwikkeling van instrumenten waarmee relevante cultuuraspecten gemeten kunnen worden. Belangrijk is ook dat er gedegen cross-cultureel opgezette corpus-analyses plaatsvinden om een beeld te krijgen van verschillen en overeenkomsten die er bestaan tussen persuasieve en instructieve teksten die in uiteenlopende taal- en cultuurgebieden geproduceerd worden. En vanzelfsprekend zullen er vragenlijsten, tekstvarianten en leesopdrachten moeten worden geconstrueerd en getest, waarmee proefpersonen met verschillende culturele achtergronden in een experimentele setting aan het werk gezet kunnen worden. Er valt, om kort te gaan, in de komende jaren nog veel werk te doen binnen de thematiek van het interculturele tekstontwerp. De weg die moet worden afgelegd is ongetwijfeld lastig en niet zonder valkuilen. Maar de problemen die er wachten zijn

gezien de expertise en de inzet van de stafleden uit de afdeling Bedrijfscommunicatie van de KU Nijmegen zeker niet onoverkomelijk. En de uitdaging is meer dan serieus. Niet alleen omdat het gaat om een terrein dat wetenschappelijk gezien vrijwel braak ligt, maar ook vanwege de snel toenemende maatschappelijke behoefte aan meer inzicht in problemen en oplossingen rond interculturele zakelijke communicatie.

Noten

- * De volledige tekst van de oratie is uitgegeven door Nijmegen University Press (ISBN 90 373 0492 3).
- 1 Van dit fenomeen kunnen nog te vaak voorbeelden worden aangetroffen. Zo valt in de Engelse versie van een recente gebruiksaanwijzing bij de *Oneworld 35mm Compact Camera* te lezen dat "the Lens Cover is interlocked with the safety mechanism of the camera". In de als Nederlands bedoelde tekst is dat geworden: "De Lens Dekken is interlocked bij de blij-van-mijn-lijfhuis de fototoestel." Het is moeilijk voorstelbaar dat zo'n vertaling is gemaakt door van iemand die de doeltaal beheerst.
 - 2 Voor onderzoek waarin de veronderstelling steun vindt dat instructieve documenten geschreven vanuit het perspectief van de gebruiker, effectiever en efficiënter zijn dan teksten waarvan het bouwplan bepaald wordt door de kenmerken van product of regeling, zie bijvoorbeeld de speciale aflevering van *Technical Communication* (42, 1, 1995) over het thema 'value added' bij kwalitatief hoogstaande gebruikersdocumentatie. Voor een Nederlandse voorbeeld: zie Jansen, Klatter & De Vet (1991).
 - 3 In een Nederlands replicatie-onderzoek worden de conclusies van Schriver in grote lijnen bevestigd (Jansen & Balijon, te verschijnen).
 - 4 Voor een uitwerking van deze en de andere cultuurdimensies, zie onder meer Hofstede (1984; 1995).
 - 5 Zie behalve Hofstede (1984; 1995) en de verwijzingen aldaar ook bijvoorbeeld Gerritsen (1998).
 - 6 Zo heeft Hofstede's aanpak tot gevolg dat het beeld dat uit zijn analyses naar voren komt van 'de' Zuid-Afrikaanse cultuur, een grote gelijkenis vertoont met de cultuur die hij als type-rend voor Groot-Britannië presenteert. De verklaring ligt in 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 veel van de IBM-medewerkers afkomstig zullen zijn geweest die de onderzoeksdata leverden. Evident is dat die groep niet representatief was en is voor de gehele Zuid-Afrikaanse bevolking.
 - 7 Ook Hofstede zelf waarschuwt overigens al tegen stereotypering. Uitspraken over cultuur zijn geen uitspraken over individuen, zo valt te lezen in het slothoofdstuk van Hofstede (1995).

Literatuur

- Earley, P.C. (1989), Social loafing and collectivism. A comparison of the United States and the People's Republic of China. *Administrative Science Quarterly*, 34, pp. 565-581.
- 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* (pg. 41-58). Amityville (NY): Baywood.
- 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.
- Hofstede, G. (1984), *Culture's consequences*. (Abridged edition). Newbury park etc.: Sage Publications.
- Hofstede, G. (1995, 7e druk), *Allemaal andersdenkenden. Omgaan met cultuurverschillen*. Amsterdam: Contact.

- Hof, 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. & Balijon (te verschijnen), What consumers have to say about the marketing value of good operation instructions. In: *Postharvest of Forum 2000*, London: Intecom.
- 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 voorlichtingsteksten 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.J.M. e.a. (1989), *Formulierenwijzer. Gids voor de redactie van formulieren*. 's-Gravenhage: Sdu.
- Johnson Rew, L. (1993), *Introduction to technical writing. Process and practice*. 2nd ed. New York: St. Martin's Press.
- Schellens, P.J., Klaassen, R. & Vries, S. de (red.), (2000), *Communicatiekundig ontwerpen*. Assen: Van Gorcum.
- Schrifer, K.A. (1989), Document Design from 1980 to 1989: Challenges that remain. *Technical Communication*, 36, pp. 316-331.
- Schrifer, K.A. (1997), *Dynamics in document design. Creating texts for readers*. New York: Wiley.
- Steehouder, M. & Jansen, C. (1997), *Handleidingwijzer. Handboek voor effectieve softwarehandleidingen*. 's-Gravenhage: Sdu.
- Warren, T.L. (1994), Issues in internalization of documentation: Quality control. In: M. Steehouder et al. (eds.), *Quality of technical documentation* (pg. 171-184). Amsterdam: Rodopi.