

Hartelijk dank voor jouw sollicitatie, of toch ‘uw’? Een experimenteel onderzoek naar het effect van de keuze voor *u* of *jij* in het contact met sollicitanten

An experimental study of the effect of the choice for *you* (V) or *you* (T) in the contact with applicants

Auteur:	Marianne Segers
Datum:	19/06/2021
E-mail:	marianne.segers@student.ru.nl
Studentnummer:	s1046833
Universiteit:	Radboud Universiteit Nijmegen (Faculteit Letteren)
Opleiding:	Master Communicatie en Beïnvloeding
Cursus:	LET-CIWM401
Eerste beoordelaar:	prof. dr. H. de Hoop
Tweede beoordelaar:	L.A. Morano
Aantal woorden:	7144
Kernwoorden:	Aanspreekvorm, T- en V-pronomina, recruitment, uitnodigings- en afwijzingsbrieven, attitudeonderzoek

Samenvatting

In de huidige studie is onderzocht wat in het contact tussen recruiter en sollicitant het effect is van het gebruik van een formeel (*u*) versus informeel (*jij*) voornaamwoord op de waardering van de sollicitant ten aanzien van de organisatie en de recruiter. Hierbij is onderscheid gemaakt tussen twee soorten reacties op de sollicitatie: een afwijzing of een uitnodiging voor een sollicitatiegesprek. Er werd verwacht dat sollicitanten bij het lezen van een afwijzingsmail liever met *u* worden aangesproken en dat bij een uitnodigingsmail *jij* de voorkeur heeft. Daarnaast werd onderzocht of de leeftijd van de sollicitant hierbij een rol speelt. In een online experiment met een 2 (aanspreekvorm: *u* vs. *jij*) x 2 (type bericht: uitnodiging vs. afwijzing) design met tussen- en binnenproefpersoonfactoren kregen proefpersonen ($N = 172$) verschillende afwijzings- en uitnodigingsmails te lezen en beoordeelden zij na het lezen van elke mail de organisatie en de recruiter waarvan de mail afkomstig was. Uit de analyse van de data blijkt dat de keuze voor het gebruik van een formeel dan wel informeel voornaamwoord geen invloed lijkt te hebben op de waardering van de sollicitant ten aanzien van de organisatie en de recruiter en dat ook het soort brief en de leeftijd van de sollicitant hierbij geen rol speelt. Mogelijke beperkingen van het onderzoek en aanbevelingen voor vervolgonderzoek worden besproken.

Inleiding

In het Nederlands hebben we, net zoals in veel andere Europese talen, de keuze tussen twee vormen wanneer we iemand willen aanspreken in de tweede persoon enkelvoud, namelijk *u* en *jij*. Hierbij wordt *u* vaak als de formele vorm gezien, en *jij* als de informele vorm. Het lijkt erop dat de informelere vorm *jij* steeds meer in opkomst is (Levshina, 2017), en dat ook bedrijven hier steeds meer gebruik van maken in zowel hun interne als externe communicatie (Küppers, 2018; House & Kádár, 2020). Ook in het Nederlands heeft er een verschuiving plaatsgevonden van *u* naar *jij* (Vermaas, 2005). Er zijn al meerdere onderzoeken gedaan naar de keuze van de spreker voor een van de twee aanspreekvormen (Brown & Gilman, 1960; Wenzel, 2005; Vermaas, 2005; Jansen & Janssen, 2005; Warren, 2006), echter naar het effect van de keuze voor *u* of *jij* op de aangesprokene is nog maar weinig onderzoek gedaan (Van Zalk & Janssen, 2005; Jansen & Janssen, 2005; Küppers, 2018).

Dit onderzoek richt op het effect van de keuze voor *u* of *jij* op de aangesprokene in een specifieke situatie, namelijk in het contact tussen recruiter en sollicitant tijdens een sollicitatieprocedure, waarbij de sollicitant (de aangesprokene) via de mail een reactie ontvangt van de recruiter (de spreker) op zijn of haar sollicitatie. Er werd een experiment uitgevoerd

waarbij respondenten zich voorstelden dat zij hadden gesolliciteerd naar een functie bij een organisatie. Vervolgens ontvingen zij een reactie op deze sollicitatie, die positief kon zijn, namelijk een uitnodiging voor een sollicitatiegesprek, dan wel negatief, in het geval van een afwijzing. Er werd onderzocht wat het effect van de keuze voor *u* of *jij* is op de waardering van de sollicitant ten aanzien van de organisatie en de recruiter, en welke rol leeftijd hierbij speelt. Op deze manier is onderzocht of de keuze van de recruiter voor een formeel dan wel informeel voornaamwoord een effect heeft op de waardering van de sollicitant ten aanzien van de organisatie en de recruiter.

Er is nog geen eerder onderzoek bekend dat onderzocht heeft welke effecten het aanspreken van een sollicitant met *u* versus *jij* heeft. Wetenschappelijk onderzoek naar dit onderwerp is dus relevant en heeft voordelen voor zowel sociolinguïstisch onderzoek als onderzoek naar arbeidsmarktcommunicatie. Dit onderzoek biedt een basis voor het gebruik van voornaamwoorden in een recruitmentcontext en kan recruiters helpen bij de keuze om de sollicitant aan te spreken met een formeel of informeel voornaamwoord.

Theoretisch kader

Het direct aanspreken van de lezer in een tekst, door een voornaamwoord van de tweede persoon te gebruiken, lijkt positieve effecten te hebben op de betrokkenheid van de lezer. Hoeken en Poulssen (1991) onderzochten het effect van onder andere een directe aanspreekvorm op de aantrekkelijkheid van de tekst en vonden significante positieve effecten van directe aanspreekvorm op de tekstwaardering en attitude ten opzichte van het onderwerp. Als gevolg van een directe aanspreekwijze ervaren lezers de informatie in een tekst als relevanter, waardoor volgens Hoeken en Poulssen (1991) de kans toeneemt dat lezers aandacht besteden aan de tekst. Volgens Burger en De Jong (1997) kan het direct aanspreken van lezers, naast het trekken van hun aandacht, ook hun betrokkenheid vergroten. Daarnaast is in meerdere onderzoeken gevonden dat het gebruik van een voornaamwoord van de tweede persoon een grotere identificatie of betrokkenheid veroorzaakt bij aangesprokene dan een voornaamwoord van een eerste of derde persoon (Brunyé, Ditman, Mahoney & Taylor, 2011; Sato & Bergen, 2013; Child, Oakhill & Garnham, 2018). Deze positieve effecten van direct aanspreken worden ook in marketingcontext gevonden: Cruz, Leonhardt en Pezzuti (2017) deden onderzoek naar het gebruik van voornaamwoorden van de tweede persoon in merkboodschappen en vonden positieve effecten op de betrokkenheid van de consument en de merkattitude.

Het gebruik van voornaamwoorden van de tweede persoon kan dus zorgen voor een grotere betrokkenheid van de aangesprokene. In tegenstelling tot het Engels maken veel andere

Europese talen (bijv. Nederlands, Duits, Frans en Spaans) en niet-Europese talen (bijv. Chinees en Quechua) onderscheid tussen formele en informele voornaamwoordelijke aanspreekvormen (Brown en Gilman, 1960; Helmbrecht, 2003). Voor wie er in het Nederlands voor kiest om het publiek direct aan te spreken met een voornaamwoord van de tweede persoon, staan daarom twee vormen ter beschikking: *u* en *jij* (of het onbeklemtoonde *je*). Sinds Brown en Gilman (1960) worden informele en een formele voornaamwoorden van de tweede persoon in de literatuur ook wel respectievelijk T- en V-pronomina genoemd. Deze T- en V-vormen zijn afgeleid van het Latijnse *tu* ‘jij’ en *vos* ‘u’. Het vroege Middelnederlands kende ook al een T/V-verschil: *du* was het T-pronomen en *gij* het V-pronomen (Van Zalk & Jansen, 2004; Aalberse & Stoop, 2015). Tussen de dertiende en de zestiende eeuw is het T-pronomen *du* verdwenen en heeft de Nederlandse taal net als het Engels voor een lange periode maar één vorm gekend, namelijk *gij*, wat later veranderde in *jij* (Aalberse & Stoop, 2015). Pas in de loop van de twintigste eeuw werd *u* als de V-vorm geïntroduceerd (Wenzel, 2005; Vermaas, 2005). Dit T/V-verschil tussen *u* en *jij* kennen we nu nog in Nederland.

De spreker kan de T- en V-voornaamwoorden gebruiken om zijn sociale relatie met zijn gesprekspartners te markeren of uit te drukken (Van Zalk en Jansen, 2004). Volgens Brown en Gilman (1960) spelen bij de keuze voor een aanspreekvorm twee dimensies een rol: macht en solidariteit. Eeuwenlang was er volgens hen alleen sprake van de dimensie macht. Er zijn verschillende factoren waar deze macht op gebaseerd kan zijn: fysieke kracht, rijkdom, leeftijd, geslacht, beroep en de rol in de kerk, de staat, het leger of binnen het gezin. Verschillen in status leiden tot asymmetrische relaties, dat wil zeggen dat de ene persoon bijvoorbeeld ouder, rijker of sterker is dan de ander. Het gebruik van voornaamwoorden in verschillende vergelijkbare Europese talen volgde in deze periode de regel dat de hogergeplaatste T zegt en zelf wordt aangesproken met V (bijv. knechten zeiden *u* tegen hun meesters, en meesters zeiden *jij* tegen hun knechten). Er was hier dus geen sprake van wederkerigheid. Tussen personen met ongeveer dezelfde macht, leden van een gemeenschappelijke klasse, was het voornaamwoord wel wederkerig: een persoon gaf en ontving dezelfde vorm. Gelijken uit hogere klassen spraken elkaar met de V-vorm aan, en gelijken uit lagere klassen met de T-vorm. Geleidelijk ontwikkelde zich in de Europese voornaamwoorden echter ook een onderscheid tussen machtsgelijken, wat soms de T van intimiteit (*intimacy*) tegenover de V van formaliteit (*formality*) wordt genoemd. Deze tweede dimensie noemen Brown en Gilman (1960) solidariteit en volgens hen heeft deze dimensie in de twintigste eeuw de overhand gekregen. Bij de solidariteitsdimensie is er sprake van symmetrische relaties, bijvoorbeeld mensen die dezelfde ouders hebben, naar dezelfde school zijn geweest of hetzelfde beroep uitoefenen. Niet

alle verschillen en overeenkomsten tussen mensen zijn namelijk terug te voeren op al dan niet een onderscheid in status. Mensen komen uit andere families, wonen in verschillende gebieden en hebben andere beroepen. In de praktijk hield dit in dat de aanspreekvormen in deze symmetrische relaties wederzijds waren: men sprak en ontving dezelfde vorm. Hoe minder men met de gesprekspartner gemeen had, hoe waarschijnlijker het was dat de V-vorm werd gebruikt. Bij mensen die veel met elkaar gemeen hadden, bijvoorbeeld broers, was de T-vorm waarschijnlijker. Brown en Gilman (1960) maken daarom onderscheid tussen een vertrouwd (*familiar*) en een beleefd (*polite*) voornaamwoord, respectievelijk T en V. Deze principes voor het gebruik van de T en de V-vorm kennen we nu nog steeds: de T-vorm wordt vooral gebruikt om solidariteit uit te drukken, en de V-vorm kan respect uitdrukken en/of een sociale afstand weergeven tussen spreker en gesprekspartner (Vermaas, 2005; Wenzel, 2005; Warren, 2006). Ook in de Nederlandse taal drukt het onderscheid tussen *u* en *jij* niet langer een verschil in macht uit tussen spreker en aangesprokene, maar wordt het onderscheid tegenwoordig gebruikt om aan te geven wie wel en niet tot de eigen groep behoort waarmee men zich solidair voelt (Jansen & Janssen, 2005).

Het onderzoek van Braun (1988) stelde de universele geldigheid van de machts- en solidariteitsdimensie in vraag. Volgens Braun (1988) moet bij onderzoek naar het gebruik van voornaamwoorden rekening worden gehouden met de kenmerken van sprekers, zoals leeftijd, beroep, geslacht of dialect. Verschillende studies hebben de keuze van de spreker voor *u* of *jij* onderzocht. In het Nederlands heeft er volgens Vermaas (2005) in de loop van de twintigste eeuw een verschuiving plaatsgevonden van het gebruik van *u* naar *jij*. De resultaten van haar onderzoek lieten zien dat de jongere generatie (jongeren in de leeftijd van 15 t/m 18 jaar) het minst de *u*-vorm gebruikten, dat bij hun ouders (de middengeneratie) dit vermeerderde en dat hun grootouders (de oudere generatie) het meest *u* zeiden in verschillende relaties. Net als uit het onderzoek van Van der Toorn (1977) bleek dat steeds meer kinderen hun ouders gingen aanspreken met *jij*. Volgens Vermaas (2005) hebben de media hier een rol in gespeeld. Daarnaast vermoedt ze dat jongeren minder gevoelig zijn voor status, en daarom minder *u* zeggen. Dit sluit aan bij de hiervoor besproken bevindingen van Brown en Gilman (1960), die stelden dat de solidariteitsdimensie in de loop der tijd belangrijker is geworden dan de machtsdimensie. Jansen en Janssen (2005) vroegen hun proefpersonen in hoeverre een tekst naar hun mening geschikt was voor een jongere, dan wel oudere lezer. Proefpersonen van beide leeftijden waren het erover eens dat een *je*-tekst meer geschikt is voor jongeren dan een *u*-tekst. Wat betreft een geschikte tekst voor ouderen, vonden jongeren de *u*-tekst geschikter, wat volgens Jansen en Janssen (2005) een traditioneel standpunt is. Ouderen vonden echter de *je*-

tekst geschikter voor oudere lezers dan de *u*-tekst, wat een opmerkelijk resultaat was. Uit onderzoek van Crombach (2004, via Jansen en Janssen, 2005) bleek eveneens een leeftijdseffect, maar een ander effect dan dat van Jansen en Janssen (2005). Ouderen vonden de *je*-tekst geschikter voor jongeren dan de *u*-tekst, maar jongeren vonden de *je*-tekst juist geschikter voor ouderen dan de *u*-tekst. Levshina (2017) deed onderzoek naar de variaties van het T-/V-gebruik in Europa en gebruikte hiervoor filmondertiteling van Engelstalige films in verschillende Europese talen. Omdat het onderscheid tussen T en V in de Engelse taal niet bestaat werden de ondertitelvertalers gedwongen te kiezen tussen de T- en de V-vorm in de doeltaal. Op deze manier kon ze de relaties tussen de spreker en de aangesprokene analyseren, evenals hun sociale klasse, leeftijd en andere kenmerken die relevant kunnen zijn voor de keuze tussen de T- en de V-vorm. Levshina (2017) vond dat de individuele kenmerken van de aangesprokene, in het bijzonder leeftijd, belangrijker waren bij het voorspellen van het gebruik van *u* of *jij* dan de kenmerken van de spreker. Ze vond dat oudere mensen vaker met *u* worden aangesproken dan jongere mensen, ongeacht de leeftijd van de spreker. Ook Norrby en Warren (2012) noemen leeftijd als een belangrijke factor in de keuze voor het gebruik van *u* of *jij*. Het verschilt per taal op welke leeftijd deze verschuiving van de T- naar de V-vorm plaatsvindt. In het Duits ligt deze leeftijd tussen de 13 en 30 jaar en in Zweeds gebeurt dit bijvoorbeeld pas rond de pensionering of later (Norrby & Warren, 2012). Daarnaast is volgens Morford (1997) ook de context cruciaal bij de keuze voor het voornaamwoord. Ze geeft het voorbeeld van twee advocaten die wanneer zij elkaar goed kennen elkaar met *jij* aanspreken, maar in de rechtbank spreken zij elkaar met *u* aan om de officiële setting te erkennen. Voor sommige mensen lijkt ook eenvoudigweg convergentie naar de keuze van het voornaamwoord van hun gesprekspartner de doorslaggevende factor bij hun eigen keuze tussen de T- en de V-vorm (Warren, 2006).

Naast onderzoek naar de keuze van de spreker voor *u* of *jij* zijn er ook enkele studies die hebben onderzocht wat de effecten van het gebruik van *u* of *jij* zijn op degene die wordt aangesproken. Ook in deze studies zijn geen eenduidige effecten van leeftijd gevonden. Van Zalk en Janssen (2004) vonden dat oudere proefpersonen de *je*-tekst hoger waardeerden dan de *u*-tekst, terwijl jongeren juist een voorkeur voor de *u*-tekst boven de *je*-tekst leken te hebben. Jansen en Janssen (2005) rapporteerden over een onderzoek van Crombach (2004, via Jansen en Janssen, 2005) waaruit bleek dat jongeren een *je*-tekst aantrekkelijker en de auteur ervan betrouwbaarder vonden dan ouderen. De teksten in de *u*-conditie werden door beide leeftijdsgroepen hetzelfde gewaardeerd. Jansen en Janssen (2005) vonden in hun eigen

onderzoek, net als Huigen (2004) en De Vries (2004), geen effect van aanspreekvorm en leeftijd: jongeren en ouderen waardeerden de *u*- en de *je*-teksten hetzelfde.

Ondanks dat er dus nog maar weinig bekend is over de effecten van het gebruik van *u* of *jij* op degene die wordt aangesproken, lijken bedrijven in hun externe communicatie toch steeds vaker te kiezen voor de informele *jij*-vorm (House & Kádár, 2020; Norrby en Hajek, 2011). Een actuele stroom in de literatuur suggereert dat een meer menselijke en informele *tone of voice* gunstig is voor bedrijven (Dijkmans, Kerkhof, Buyukcan-Tetik & Beukeboom, 2015; Kelleher, 2009; Kelleher & Miller, 2006). Volgens Schüpbach et al. (2007) kunnen bedrijven door het gebruik van informele voornaamwoorden proberen de afstand met de consument te verkleinen en zo een gevoel van verbondenheid met de consument creëren, wat vervolgens het merk sympathieker zou maken. Dit zou een reden kunnen zijn waarom bedrijven hier steeds meer voor lijken te kiezen, onder andere in hun uitingen op sociale media (Küppers, 2018). Ook in Nederlandse personeelsadvertenties voor hoogopgeleiden komt het gebruik van *je* vaker voor dan *u* (Vismans, 2007; Waterlot, 2014). Er is echter niet bekend hoe potentiële sollicitanten reageren op de verschillende aanspreekvormen, en Vismans (2007) adviseert dan ook om dit te onderzoeken en hierbij ook de rol van leeftijd mee te nemen. Vismans (2007) verwijst hierbij naar onderzoek van Huigen (2004) die een eerste aanzet tot dit soort onderzoek heeft gegeven en geen effect van leeftijd vond: advertenties waarin getutoyeerd werd waren niet aantrekkelijker voor jongere sollicitanten dan advertenties waarin gevousvoyeerd werd. Er is voor zover ik weet verder geen onderzoek bekend dat zich hierop heeft gericht. De vraag wat de effecten van de keuze voor het gebruik van *u* of *jij* zijn in het contact met sollicitanten, is relevant omdat het kiezen van een aanspreekvorm die niet past bij de context van het gesprek, door de ontvanger als ongepast, onbeleefd, ongebruikelijk of verouderd kan worden ervaren (Clyne, Kretzenbacher, Norrby & Schüpbach, 2006). Wanneer de communicatiestijl van een bedrijf niet voldoet aan de verwachtingen van de sollicitant, zou dit voor het bedrijf dus mogelijk averechts kunnen werken.

In dit onderzoek zal ik mij daarom richten op de effecten van het gebruik van het formele voornaamwoord *u* of het informele voornaamwoord *jij* in het contact tussen recruiter en sollicitant, waarbij de recruiter via een e-mail reageert op de sollicitatie van de sollicitant. Er wordt onderzocht in hoeverre het gebruik van *u* versus *jij* een effect heeft op de attitude van de sollicitant ten aanzien van de organisatie en de aantrekkelijkheid van de recruiter. De onderzoeksvraag luidt als volgt: *Wat is in het contact tussen recruiter en sollicitant het effect van het gebruik van een formeel versus informeel voornaamwoord op de waardering van de sollicitant ten aanzien van de organisatie en de recruiter?*

Uit het hiervoor besprokene blijkt dat er tot op heden geen eenduidige effecten zijn gevonden van de rol van de leeftijd. In de meeste van de hiervoor besproken studies bleek wel een effect van leeftijd te zijn (Vermaas, 2005; Jansen en Janssen, 2005; Van Zalk en Jansen, 2004; Crombach, 2004; Levshina, 2017), maar de richtingen die dit effect opgingen waren verschillend. Dit leidt tot de volgende hypothese:

H1: In het contact met sollicitanten leidt het gebruik van formele versus informele voornaamwoorden bij oudere en jongere sollicitanten tot verschillende attitudes t.o.v. de organisatie en de recruiter.

Naast de rol van leeftijd onderzoekt deze studie ook het mogelijke effect van het type reactie dat sollicitanten ontvangen op hun sollicitatie. Er zijn namelijk over het algemeen twee soorten reacties mogelijk: de sollicitant ontvangt ofwel een afwijzing op zijn of haar sollicitatie, of een uitnodiging voor een sollicitatiegesprek. Küppers (2018) voerde een enigszins vergelijkbaar onderzoek uit en onderzocht of het gebruik van formele (versus informele) voornaamwoorden de sympathie van een merk vergroot dat reageert op een compliment versus een klacht van een consument op Facebook. Küppers (2018) verwachtte dat wanneer een bedrijf de auteur van een klacht informeel aanspreekt de verwachtingen van een consument negatief worden geschonden omdat een consument zich bij het lezen van een klacht zal inleven in de auteur die zijn negatieve gevoelens naar het merk uit en dat het gebruik van informele voornaamwoorden in dit geval als ongepast en onbeleefd wordt ervaren. Uit haar onderzoek blijkt inderdaad dat wanneer bedrijven online reageerden op een klacht van mensen, de *brand likeability* hoger was wanneer deelnemers een antwoord op een klacht lazen waarin formele voornaamwoorden werden gebruikt dan wanneer er informele voornaamwoorden werden gebruikt. Daarnaast verwachtte Küppers (2018) dat wanneer het bedrijf reageerde op een compliment, de *brand likeability* hoger zou zijn wanneer deelnemers een antwoord op een compliment lazen waarin informele voornaamwoorden (versus formele voornaamwoorden), omdat de enthousiaste gevoelens die de auteur van het compliment over het merk uit zullen overslaan wat ervoor zorgt dat de consument zich ook dichter bij het merk voelt staan. Voor dit laatste vond ze geen significant verschil. Küppers (2018) concludeert daaruit dat bij het beantwoorden van een klacht (iets negatiefs) het gebruik van formele voornaamwoorden nuttig kan zijn. In lijn daarmee verwacht ik dat het gebruik van formele voornaamwoorden in een afwijzingsbrief op een sollicitatie ervoor zorgt dat de sollicitant de organisatie en de recruiter positiever waardeert dan wanneer de sollicitant in de afwijzingsbrief wordt aangesproken met een informeel voornaamwoord.

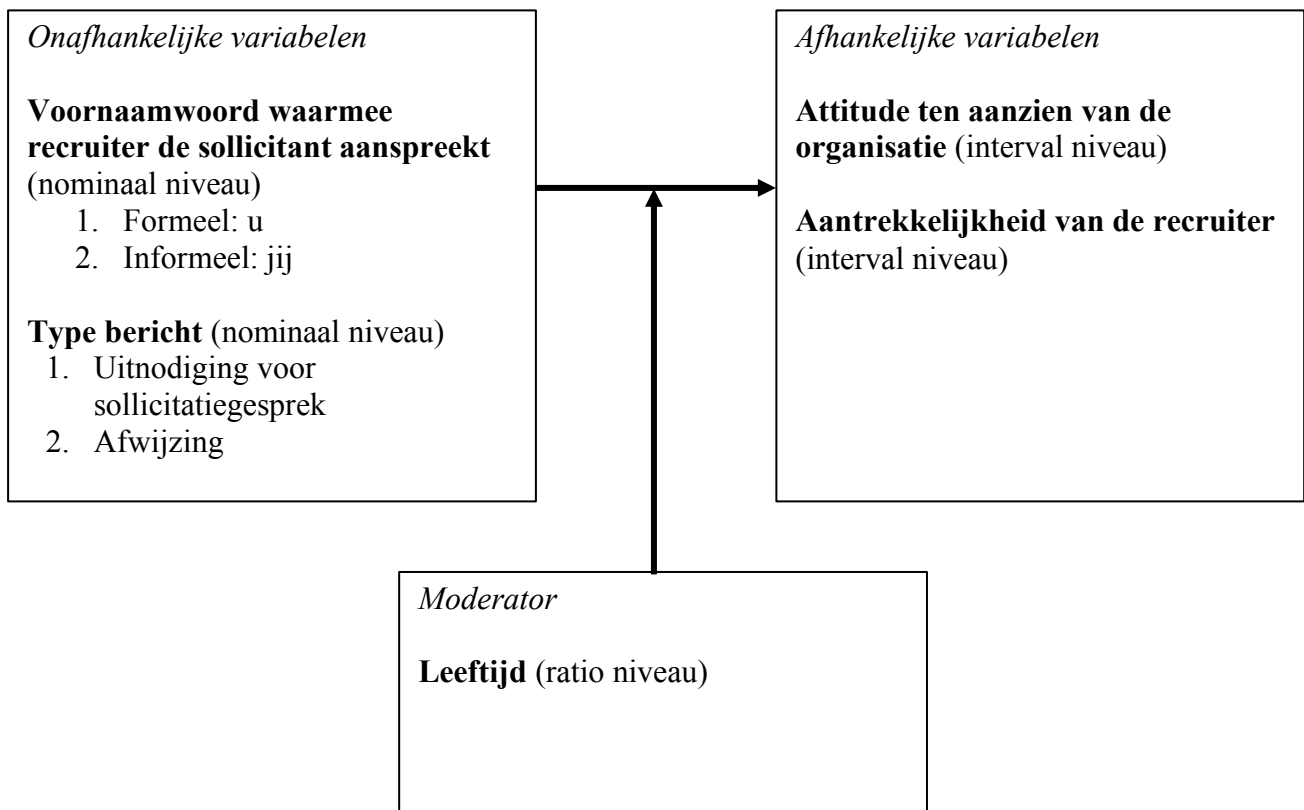
Küppers (2018) vond geen significant verschil voor de reactie op een compliment (iets positiefs), maar in het contact tussen recruiter en sollicitant zou het mogelijk wel zo kunnen zijn dat sollicitanten liever met een informeel voornaamwoord worden aangesproken wanneer zij een uitnodiging voor een sollicitatiegesprek ontvangen. Dit leidt tot de volgende hypothesen:

H2a: Bij het berichttype ‘afwijzing’ leidt het gebruik van een informele voornaamwoorden tot een negatievere attitude t.o.v. de organisatie en de recruiter dan het gebruik van formele voornaamwoorden.

H2b: Bij het berichttype ‘uitnodiging voor een sollicitatiegesprek’ leidt het gebruik van informele voornaamwoorden tot een positievere attitude t.o.v. de organisatie en de recruiter dan het gebruik van een formele voornaamwoorden.

Methode

De onderzoeksvraag en bijbehorende hypothesen zijn onderzocht aan de hand van experimenteel onderzoek. Deelnemers aan het experiment kregen afwijzings- en uitnodigingsbrieven te lezen als reactie op een sollicitatie. Het voornaamwoord (formeel versus informeel) waarmee de sollicitant in de brieven werd aangesproken was gemanipuleerd om zo te kunnen onderzoeken of er een effect is van het aanspreken met *u* versus *jij*. In Figuur 1 is de relatie tussen de verschillende variabelen die in dit onderzoek zijn meegenomen schematisch weergegeven.



Figuur 1 Analyse model

Materiaal

Er zijn twee onafhankelijke variabelen meegenomen in dit onderzoek. De ene onafhankelijke variabele is het voornaamwoord waarmee de recruiter de sollicitant aanspreekt bij het reageren op de sollicitatie en bestaat uit twee niveaus: het formele *u* en het informele *jij*. De andere onafhankelijke variabele is het type bericht dat de sollicitant van de recruiter ontvangt: een uitnodiging voor een sollicitatiegesprek of een afwijzing.

Het stimulusmateriaal bestond uit vier verschillende mails waarin gereageerd wordt op een sollicitatie: twee mails waarin de sollicitant wordt afgewezen en twee mails waarin de sollicitant wordt uitgenodigd voor een sollicitatiegesprek. Om te controleren voor een mogelijk effect van geslacht van de recruiter, zijn twee van de mails (één afwijzings- en één uitnodigingsbrief) ondertekend door een vrouwelijke recruiter en de twee andere door een mannelijke. Van elke mail waren er twee versies: een waar de sollicitant wordt aangesproken met het formele voornaamwoord *u*, en een waar de sollicitant wordt aangesproken met het informele voornaamwoord *jij*. Naast dit *u/jij*-verschil waren de brieven inhoudelijk aan elkaar gelijk. Er is voornamelijk gekozen voor de volle vorm *jij/jou(w)* in plaats van de zwakke en neutralere vorm *je*, omdat deze volle vorm het tutoyeren benadrukt (Vermaas, 2005) en hierdoor eerder zal worden opgemerkt door de lezer, waardoor een mogelijk effect van de keuze voor *u* of *jij* beter kon worden gemeten. Naast deze vier mails is er een vijfde mail toegevoegd als filler-tekst: een zeer negatieve en onpersoonlijke afwijzingsbrief waarin het gebruik van persoonlijke voornaamwoorden van de tweede persoon is vermeden. Deze laatste brief is niet meegenomen in de resultaten, maar werd toegevoegd om te stimuleren dat de deelnemers de brieven van elkaar konden onderscheiden en de hele schaal gebruikten bij het beoordelen.

Uit meerdere onderzoeken blijkt dat er verschillende soorten branches zijn (progressief, neutraal en conservatief) en dat het in sommige van die branches gebruikelijk kan zijn om de T-vorm te gebruiken en in andere de V-vorm (Huigen, 2004; Warren, 2006; Vismans, 2007). Omdat dit de resultaten mogelijk kon beïnvloeden is in de brieven gebruik gemaakt van fictieve bedrijfsnamen die niks zeggen over het soort branche of functie, en is de functietitel waarop gesolliciteerd is onzichtbaar gemaakt. De namen van de recruiters waren eveneens fictief en hun telefoonnummers deels onzichtbaar gemaakt. Het volledige stimulusmateriaal is te vinden in Appendix A.

Proefpersonen

Het onderzoek is uitgevoerd onder Nederlandse proefpersonen die het Nederlands als moedertaal hebben. Dit is in de introductietekst aangegeven en vervolgens getoetst door middel van een vraag, zodat proefpersonen die niet aan deze eis voldeden niet aan het experiment deelnamen. Daarnaast was het om de hypothese met betrekking tot de rol van leeftijd te kunnen toetsen van belang dat er proefpersonen uit verschillende leeftijdscategorieën geworven werden. Tot slot waren jongeren onder de 16 jaar niet relevant voor dit onderzoek, omdat zij over het algemeen nog niet of niet meer deelnemen aan een sollicitatieprocedure. Ouderen boven de 60 jaar solliciteren over het algemeen ook weinig tot helemaal niet meer, maar omdat

achteraf bleek dat meerdere proefpersonen boven de 60 jaar hadden deelgenomen aan het experiment is er besloten om proefpersonen tot 70 jaar mee te nemen in de analyse. Op deze manier was de verdeling tussen jongere en oudere proefpersonen meer gelijk.

De vragenlijst is in totaal afgenomen onder 193 proefpersonen. Er zijn 17 proefpersonen verwijderd die de vragenlijst in minder dan vijf minuten hadden afgerond. Daarnaast was één proefpersoon ouder dan 70 jaar en bleek uit de antwoorden op de controlevraag dat drie proefpersonen doorhadden wat het doel van het experiment was, welke om deze redenen werden verwijderd. De uiteindelijke steekproef van het experiment bestond uit 172 respondenten, waarvan 61 mannen en 111 vrouwen. Hun gemiddelde leeftijd was 36.77 jaar ($SD = 15.64$), variërend tussen 18 en 69 jaar. Een klein deel van de respondenten had alleen basisonderwijs gevolgd (0.6%, $N = 1$), volgde het middelbaar onderwijs of had dit afgerond (7.6%, $N = 13$). De overige respondenten volgden een middelbare beroepsopleiding (15.1%, $N = 26$), een universitaire opleiding (33.7%, $N = 58$) of een hogere beroepsopleiding (43.0%, $N = 74$) of hadden deze afgerond.

Onderzoeksontwerp

Het experiment heeft een 2 (aanspreekvorm: *u* vs. *jij*) x 2 (type bericht: uitnodiging vs. afwijzing) design met tussen- en binnenproefpersoonfactoren. Elke proefpersoon kreeg alle vijf de brieven te zien, maar werd maar aan één niveau van de onafhankelijke variabele blootgesteld: de helft van de proefpersonen kreeg de brieven in de *u*-versie te zien, en de andere helft in de *jij*-versie. Wanneer proefpersonen zowel teksten in de *u*- als de *jij*-versie te zien hadden gekregen, hadden zij namelijk gemakkelijker kunnen achterhalen wat het doel van het experiment was. Proefpersonen kregen wel meerdere brief-versies te zien en ook zowel de afwijzings- als de uitnodigingbrieven, omdat ze op deze manier vergelijkingsmateriaal hadden wanneer zij moesten aangeven wat hun attitude was ten opzichte van de organisatie en de recruiter.

Instrumentatie

De afhankelijke variabelen in dit onderzoek zijn de attitude ten aanzien van de organisatie en de aantrekkelijkheid van de recruiter. Deze variabelen zijn geoperationaliseerd aan de hand van een vragenlijst, waarin beide afhankelijke variabelen door middel van meerdere items werden bevraagd.

De attitude ten aanzien van de organisatie werd gemeten aan de hand van de schaal van Spears en Spring (2004) door middel van de vraag ‘Op basis van de mail vind ik [naam organisatie] ...’ met vijf bijbehorende items:

ongunstig	–	gunstig
negatief	–	positief
slecht	–	goed
onaangenaam	–	aangenaam
helemaal niet leuk	–	heel erg leuk

De betrouwbaarheid van Attitude ten opzichte van de organisatie (in het geval van de afwijzingsbrief) bestaande uit vijf items was goed: $\alpha = .95$. Het gemiddelde van die vijf items is gebruikt voor de attitude ten opzichte van de organisatie (in het geval van de afwijzingsbrief), die in de verdere analyses is gebruikt. De betrouwbaarheid van Attitude ten opzichte van de organisatie (in het geval van de uitnodigingsbrief) bestaande uit vijf items was eveneens goed: $\alpha = .95$. Het gemiddelde van die vijf items is gebruikt voor de attitude ten opzichte van de organisatie (in het geval van de uitnodigingsbrief), die in de verdere analyses is gebruikt.

Voor het meten van de aantrekkelijkheid van de recruiter werd de schaal van Hoeken, Hornikx en Hustinx (2012) voor het vaststellen van de aantrekkelijkheid van een bron (p. 224) gebruikt. Omdat enkele termen door veroudering mogelijk onduidelijk waren geworden, is ‘beminnelijk’ vervangen door ‘charmant’ en is in plaats van het item ‘innemend’ – ‘afstotend’ gekozen voor twee termen die het verschil tussen *u* en *jij* in de literatuur min of meer weerspiegelen, namelijk: ‘sociaal’ – ‘afstandelijk’. Daarnaast is het item ‘onaangenaam’ – ‘aangenaam’ verwijderd, zodat beide schalen evenveel items bevatten. Deze aanpassingen hebben geleid tot de vraag ‘De recruiter die deze mail heeft geschreven lijkt mij...’ met vijf bijbehorende items:

onsympathiek – sympathiek
onaardig – aardig
vervelend – charmant
onvriendelijk – vriendelijk
afstandelijk – sociaal

De betrouwbaarheid van Aantrekkelijkheid van de recruiter (in het geval van de afwijzingsbrief) bestaande uit vijf items was goed: $\alpha = .95$. Het gemiddelde van die vijf items is gebruikt voor de aantrekkelijkheid van de recruiter (in het geval van de afwijzingsbrief), die in de verdere analyses is gebruikt. De betrouwbaarheid van Aantrekkelijkheid van de recruiter (in het geval van de uitnodigingsbrief) bestaande uit vijf items was eveneens goed: $\alpha = .94$. Het gemiddelde van die vijf items is gebruikt voor de aantrekkelijkheid van de recruiter (in het geval van de uitnodigingsbrief), die in de verdere analyses is gebruikt.

Elk item is gemeten op een schaal van 0 tot 100. De items lopen bijvoorbeeld van 0 = onaangenaam tot 100 = prettig, of andersom van 0 = sociaal tot 100 = afstandelijk. Na het lezen van elke brief kregen proefpersonen beide schalen voorgelegd, in totaal vulden ze beide schalen dus vijf keer in.

Aan het einde van de vragenlijst waren enkele controlevragen toegevoegd. Om er zeker van te zijn dat mogelijke effecten niet veroorzaakt werden door reeds bestaande opvattingen over de organisatie, was er net als bij het onderzoek van Hagtvedt, Hagtvedt en Patrick (2008) een vraag toegevoegd om dit te controleren: ‘Heb je al wel eens van een of meer van de vijf organisaties (Centurox, Endax B.V., Falrafox, Lunablack en Salient) gehoord, en zo ja, van welke?’ Geen van de respondenten was bekend met de organisaties die in de brieven werden gebruikt. Om te toetsen of deelnemers doorhadden wat het doel van het experiment was, was de volgende open vraag toegevoegd: ‘Waar denk je dat dit experiment over ging? Wat wilden we echt te weten komen?’ Uit de antwoorden op deze vragen bleek dat drie respondenten doorhadden wat het doel van het experiment was. De antwoorden van deze respondenten zijn niet meegenomen in de analyses. De volledige vragenlijst is te vinden in Appendix B.

Procedure

Het onderzoek is online afgenomen via Qualtrics. De vragenlijst is onder andere verspreid in het persoonlijke netwerk van de onderzoeker en via sociale media (LinkedIn, Facebook, Instagram, Whatsapp). Er is ook gebruik gemaakt van de onderzoekswebsite SurveySwap en van een Facebookgroep die speciaal bedoeld is voor het uitwisselen van vragenlijsten. Tevens zijn er proefpersonen geworven via de Radboud SONA deelnemers-pool.

Voorafgaand aan het invullen van de enquête kregen proefpersonen een introductietekst te lezen (zie Appendix B1), waarna zij expliciet toestemming moesten geven voor hun deelname aan het experiment. De deelname van proefpersonen was vrijwillig en proefpersonen konden hun deelname op elk moment stopzetten. Deze introductie is geschreven in de *u*-vorm, omdat dit van beide vormen de meest neutrale was in deze context. De verwachting was dat

zowel ouderen als jongeren zich hier bij het invullen van een enquête in konden vinden. Zodra de enquête begon, werd het gebruik van voornaamwoorden van de tweede persoon vermeden, zodat proefpersonen hier niet door beïnvloed konden worden. De proefpersonen kregen eerst een instructie en voorbeeldvraag te zien (zie Appendix B1), vervolgens kregen ze een voor een de vijf mails te zien in een willekeurige volgorde. Na elke mail werd hen gevraagd naar hun attitude ten aanzien van de organisatie die in de mail werd genoemd en naar de indruk die ze hadden van de recruiter van wie de mail afkomstig was (Zie Appendix B2 en B3). Nadat proefpersonen de vijf brieven gelezen en beoordeeld hadden volgden de controlevragen (zie Appendix B4). Tot slot werden er aan het einde van de vragenlijst enkele demografische vragen gesteld die inzicht gaven in de leeftijd, het geslacht en het opleidingsniveau van de proefpersonen (zie Appendix B5). Bij deze vragen werd wel gebruik gemaakt van voornaamwoorden van de tweede persoon, omdat dit bij dergelijke vragen bijna niet te vermijden is en het in dit geval ook geen invloed meer kon hebben op de resultaten van het experiment. Er werd namelijk voor gezorgd dat proefpersonen niet meer terug konden naar eerdere vragen wanneer zij bij de controlevragen waren aangekomen.

Statistische toetsing

De data is geanalyseerd in SPSS. Er is voor beide onafhankelijke variabelen een tweeweg univariate variantie-analyse met tussen- en binnenproefpersoonfactoren uitgevoerd om de onderzoeksvraag en bijbehorende hypothesen te kunnen toetsen.

Resultaten

Als eerste zijn de gemiddelden van de afhankelijke variabelen per brief berekend, zie Tabel 1. In Tabel 2 is voor beide van de afhankelijke variabelen onderscheid gemaakt tussen de afwijzingsbrief en de uitnodigingsbrief. Vervolgens is voor elke afhankelijke variabele een tweeweg univariate variantie-analyse met tussen- en binnenproefpersoonfactoren uitgevoerd.

Tabel 1. De gemiddelden en standaardafwijkingen (tussen haakjes) van de attitude ten aanzien van de organisatie en de aantrekkelijkheid van de recruiter voor de verschillende brieven (0 = zeer negatief, 100 = zeer positief)

	Attitude ten aanzien van de organisatie n = 172	Aantrekkelijkheid van de recruiter n = 172
Afwijzing 1 - Lunablack	56.24 (15.57)	55.17 (17.33)
Afwijzing 2 – Endax B.V.	66.50 (16.30)	69.77 (17.68)
Uitnodiging 1 - Centurox	53.59 (14.26)	46.62 (14.67)
Uitnodiging 2 - Falrafox	71.85 (15.99)	73.90 (15.00)
Afwijzing Salient (filler-tekst)	38.29 (15.88)	37.41 (16.16)

Tabel 2. De gemiddeldes en standaardafwijkingen (tussen haakjes) van de attitude ten aanzien van de organisatie en de aantrekkelijkheid van de recruiter in het geval van de afwijzing versus de uitnodiging (0 = zeer negatief, 100 = zeer positief)

	Voornaamwoord		Totaal n = 172
	Formeel: <i>u</i> n = 92	Informeel: <i>jij</i> n = 80	
Attitude ten aanzien van de organisatie – afwijzing	61.51 (13.74)	61.21 (11.98)	61.24 (12.92)
Attitude ten aanzien van de organisatie – uitnodiging	62.86 (11.49)	62.57 (11.94)	62.57 (11.73)
Aantrekkelijkheid van de recruiter – afwijzing	61.38 (14.14)	63.77 (12.91)	62.43 (13.53)
Aantrekkelijkheid van de recruiter – uitnodiging	60.33 (11.21)	60.18 (12.11)	60.22 (11.54)

Attitude ten aanzien van de organisatie

Uit de tweeweg mixed design variantieanalyse voor Attitude ten aanzien van de organisatie met als binnen-proefpersoonfactor Type bericht, tussen-proefpersoonfactor Voornaamwoord en covariate Leeftijd bleek geen significant hoofdeffect van Type bericht ($F(1, 169) < 1$), Voornaamwoord ($F(1, 169) < 1$) en Leeftijd ($F(1, 169) = 1.43, p = .233$). Er traden ook geen interactie-effecten op tussen Type bericht en Leeftijd ($F(1, 169) < 1$) en Type bericht en Voornaamwoord ($F(1, 169) < 1$).

Aantrekkelijkheid van de recruiter

Uit de tweeweg mixed design variantieanalyse voor Aantrekkelijkheid van de recruiter met als binnen-proefpersoonfactor Type bericht, tussen-proefpersoonfactor Voornaamwoord en covariate Leeftijd bleek geen significant hoofdeffect van Type bericht ($F(1, 169) = 2.77, p = .098$), Voornaamwoord ($F(1, 169) < 1$) en Leeftijd ($F(1, 169) = 1.47, p = .226$). Er traden ook geen interactie-effecten op tussen Type bericht en Leeftijd ($F(1, 169) < 1$) en Type bericht en Voornaamwoord ($F(1, 169) = 1.25, p = .266$).

Conclusie en discussie

In de huidige studie is onderzocht wat het effect is van de keuze van de recruiter om een sollicitant aan te spreken met het formele *u* of het informele *jij*. Hierbij is onderscheid gemaakt tussen een mail waarin de sollicitant werd afgewezen en een mail waarin de sollicitant werd uitgenodigd voor een sollicitatiegesprek. Er werd specifiek onderzocht of de keuze voor de aanspreekvorm invloed heeft op de attitude van de sollicitant ten aanzien van de organisatie en de mate waarin de sollicitant de recruiter als aantrekkelijk beoordeelt. Voor zowel de attitude ten aanzien van de organisatie als de aantrekkelijkheid van de recruiter werden geen effecten van het soort voornaamwoord gevonden. Er werden ook geen effecten gevonden van leeftijd en het type brief. De keuze voor het gebruik van een formeel dan wel informeel voornaamwoord lijkt dan ook geen invloed te hebben op de waardering van de sollicitant ten aanzien van de organisatie en de recruiter.

Als eerste worden er mogelijke verklaringen gegeven voor de gevonden resultaten. In eerdere onderzoeken zijn verschillende effecten gevonden van de leeftijd van degene die wordt aangesproken (Van Zalk en Jansen, 2004; Crombach, 2004). Deze effecten waren niet eenduidig, maar gingen verschillende richtingen op. Echter zijn er ook onderzoeken bekend waar geen effect van aanspreekvorm en leeftijd werd gevonden en waar jongeren en ouderen de *u*- en de *je*-teksten hetzelfde waardeerden (Jansen & Janssen, 2005; Huigen, 2004; De Vries, 2004). In het huidige onderzoek is ook geen effect van leeftijd gevonden. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat niet zozeer leeftijd, maar allerlei andere factoren invloed hebben op iemands voorkeur om met *u* of *jij* te worden aangesproken, zoals onder andere opvoedingsaspecten en (kerkelijke) achtergrond. Vermaas (2002) en eerder ook Van den Toorn (1980) constateerden bijvoorbeeld dat de katholieken in het gebruik van *je* tegenover de ouders veel progressiever zijn dan de protestanten. De 20% Nederlandse gezinnen waarin Vermaas in 2002 de kinderen de oudere generatie nog met *u* hoorde aanspreken, waren vooral conservatief protestantse gezinnen. Het zou dus zo kunnen zijn dat ouderen die vroeger vanuit een conservatieve protestantse opvoeding hebben meegekregen dat het gebruikelijk is om oudere mensen met *u* aan te spreken, het nu zelf ook waarderen om op deze manier aangesproken te worden. Tegelijkertijd kan het zo zijn dat een ouder iemand in dezelfde leeftijdscategorie het geen probleem vindt om met *je* aangesproken te worden, omdat dit in zijn of haar kring vroeger ook al gebruikelijk was. Kortom, mogelijk is het zo dat niet leeftijd maar allerlei andere factoren een rol spelen in iemands voorkeur voor een formele of informele aanspreekvorm. Onderbouwing van deze theorie vergt echter meer onderzoek.

Naast een effect van leeftijd is er ook geen effect van aanspreekvorm en het soort brief gevonden. Bij het lezen van zowel de uitnodigings- als de afwijzingsbrief leek het proefpersonen niet uit te maken of zij met *u* of *jij* werden aangesproken. Ik verwachtte in lijn met Küppers (2018) dat een sollicitant bij het lezen van een negatief bericht (versus positief bericht) de organisatie en de recruiter hoger (versus lager) zou waarderen wanneer hij of zij met *u* (versus *jij*) werd aangesproken. Mogelijk is de marketingcontext waarin het onderzoek van Küppers (2018) plaatsvond niet voldoende vergelijkbaar voor een sollicitatiecontext. Een sollicitant die een reactie ontvangt op zijn of haar sollicitatie is al deels bekend met de organisatie, omdat hij of zij er zelf voor heeft gekozen om bij het bedrijf te solliciteren. Op sociale media kan een consument ook in aanraking komen met een merk waarmee hij of zij nog helemaal niet bekend is en zou het dus schadelijker kunnen zijn als het merk de communicatieverwachtingen van de consument schendt, aangezien de eerste indruk van een consument dan direct niet goed is. Daarnaast richt het onderzoek van Küppers (2018) zich specifiek op sociale media, in het bijzonder Facebook. Omdat sociale media over het algemeen als een informele omgeving wordt ervaren mogen gebruikers van sociale media verwachten dat bedrijven hier een informelere *tone of voice* gebruiken (Küppers, 2018). E-mail valt ook onder sociale media, maar is toch een stuk formeler dan een social-netwerk site. Deze cruciale verschillen tussen het onderzoek van Küppers (2018) en het huidige onderzoek kunnen een mogelijke verklaring zijn voor het uitblijven van een effect van aanspreekvorm en het soort brief.

Het huidige onderzoek kent verschillende beperkingen. Ten eerste is het verschil tussen *u* en *jij* een erg subtiel en onopvallend verschil. De waarneming van het voornaamwoord waarmee iemand wordt aangesproken lijkt in veel gevallen een onbewust proces te zijn, zo bleek uit de reacties van verschillende proefpersonen die na het meedoen aan het experiment niet konden aangeven of zij de brieven in de *u*- of de *jij*-versie hadden gelezen. Dit zou kunnen betekenen dat het huidige aantal proefpersonen ($N = 172$) niet voldoende was voor een dergelijk onderzoek. Daarnaast was de inhoud van de brieven erg verschillend van elkaar. In de ene uitnodigingsbrief stond bijvoorbeeld ‘Gefeliciteerd!’, waardoor deze brief erg verschilde in toon met de andere uitnodigingsbrief. Uit de resultaten bleek ook dat de ‘positievere’ uitnodigings- en afwijzingsbrief door proefpersonen een stuk hoger werden gewaardeerd dan de neutralere versies. Uit de antwoorden op de controlevraag bleek dat proefpersonen door deze verschillen vooral dachten dat het doel van het experiment was om het effect van de keuze van woordgebruik te onderzoeken. Dit zou kunnen betekenen dat proefpersonen hier bij het lezen van de brieven al hun aandacht op vestigden, waardoor het opmerken van het voornaamwoord

waarmee zij werden aangesproken nog onbewuster werd of zelfs helemaal niet werd opgemerkt. Een laatste mogelijke beperking is de keuze om de brieven in willekeurige volgorde aan de proefpersonen te tonen. De eerste brief is voor proefpersonen lastig te beoordelen, omdat zij dan nog geen vergelijkingsmateriaal hebben. Hierdoor kan iemand een brief bijvoorbeeld best hoog hebben beoordeeld omdat zij deze als eerste kregen, terwijl zij bij het lezen van de volgende brief eigenlijk de eerste brief lager hadden willen beoordelen. Het was misschien beter geweest als alle proefpersonen dezelfde brief, bijvoorbeeld de hele onpersoonlijke afwijzingsbrief van de organisatie Salient (de filler-tekst) als eerste te lezen hadden gekregen. Vervolgens hadden de overige vier brieven dan in willekeurige volgorde aan de respondenten toegewezen kunnen worden. Op deze manier zouden de proefpersonen dezelfde basis gehad hebben van waaruit zij de vergelijking tussen de verschillende brieven hadden kunnen maken.

Het verschil in waardering van aanspreekvormen is iets wat verder onderzoek nodig heeft, specifiek in de communicatie rondom een sollicitatieprocedure omdat hier nog geen eerder onderzoek naar bekend is. Zoals hiervoor besproken is het belangrijk dat naast de rol van leeftijd ook de mogelijke rol van andere factoren, zoals opvoedingsaspecten en (kerkelijke) achtergrond op de waardering door de aangesprokene verder wordt onderzocht. Daarnaast zou het nuttig kunnen zijn om een soortgelijk experiment uit te voeren maar met een ander design, namelijk een experiment met enkel binnenproefpersoonfactoren. Een proefpersoon ziet dan dus zowel een brief waarin het voornaamwoord *u* wordt gebruikt als een brief waarin het voornaamwoord *jij* wordt gebruikt. Naast het verschil in voornaamwoord kunnen de brieven nog meer verschillen bevatten, zoals een mannelijke versus vrouwelijke recruiter als ondertekenaar, een enthousiaste versus minder enthousiaste brief, een afwijzing versus uitnodiging, etc. Proefpersonen krijgen precies dezelfde brieven te zien, maar het verschil in voornaamwoord in de brieven wordt gerandomiseerd onder de proefpersonen. Op deze manier hoeven proefpersonen niet direct door te hebben dat het om het verschil tussen *u* en *jij* gaat, maar kunnen ze dit verschil wel bewuster waarnemen. Daarnaast is in het huidige onderzoek in het stimulusmateriaal gebruik gemaakt van de volle vormen *jij* en *jou(w)* welke volgens Vermaas (2005) het tutoyeren benadrukken, in tegenstelling tot eerdere onderzoeken waar vooral gebruik is gemaakt van de zwakke en neutralere vorm *je* (Jansen & Janssen, 2005; Van Zalk & Jansen, 2004; De Vries, 2004; Oosterhof, Heynderickx & Meex, 2017). Het is interessant om in de toekomst te onderzoeken of deze verschillende vormen mogelijk andere effecten veroorzaken op de waardering van sollicitanten ten aanzien van de organisatie en de recruiter. Tot slot zou het interessant zijn om in de toekomst ook te onderzoeken in hoeverre de branche/het soort functie invloed heeft op de voorkeur van een sollicitant om met *u* of *jij* te worden aangesproken.

Uit eerder onderzoek blijkt namelijk dat het in bepaalde branches gebruikelijker is om iemand met *jij* (versus *u*) aan te spreken dan in andere branches (Huigen, 2004; Warren, 2006; Vismans, 2007). Ik verwacht daarom dat dit ook in het contact tussen recruiter en sollicitant een rol kan spelen, omdat sollicitanten bepaalde verwachtingen kunnen hebben ten aanzien van de aanspreekvorm wanneer zij solliciteren naar een bepaalde functie.

Dit onderzoek voegt verschillende inzichten toe aan de literatuur. Er is nog niet eerder onderzoek gedaan naar de effecten van het aanspreken van een sollicitant met *u* of *jij* in een reactie op een sollicitatie. Het huidige onderzoek laat zien dat een sollicitant geen voorkeur lijkt te hebben om te worden aangesproken met een formeel dan wel informeel voornaamwoord. De resultaten van deze studie dragen bij aan onderzoek naar arbeidsmarktcommunicatie en kunnen nuttig zijn voor recruiters. Recruiters hoeven zich vooralsnog geen zorgen te maken over de keuze om sollicitanten aan te spreken met *u* of *jij*, zolang de toon van de brief maar aardig is.

Referenties

- Aalberse, S., & Stoop, W. (2015). The exceptional loss of the pronoun T. *Journal of Pragmatics*, 88, 190-201. doi: 10.1016/j.pragma.2015.07.003
- Braun, F. (1988). *Terms of address: problems of patterns and usage in various languages and cultures*. Berlijn: Mouton de Gruyter.
- Brown, R., & Gilman, A. (1960). The pronouns of power and solidarity. In T.A. Sebeok (Red.), *Style in Language* (1e ed., pp. 253-276). Cambridge: MIT Press
- Brunyé, T.T., Ditman, T., Mahoney, C.R., & Taylor, H.A. (2011). Better you than I: perspectives and emotion simulation during narrative comprehension. *Journal of Cognitive Psychology*, 23, 659-666. doi: 10.1080/20445911.2011.559160
- Burger, P., & De Jong, J. (1997). *Handboek Stijl*. Groningen: Martinus Nijhoff.
- Child, S., Oakhill, J., & Garnhem, A. (2018). You're the emotional one: the role of perspective for emotion processing in reading comprehension. *Language, Cognition and Neuroscience*, 33(7), 878-889. doi: 10.1080/23273798.2018.1431397
- Clyne, M., Kretzenbacher, H. L., Norrby, C., & Schüpbach, D. (2006). Perceptions of variation and change in German and Swedish address. *Journal of Sociolinguistics*, 10(3), 287-319. doi: 10.1111/j.1360-6441.2006.00329.x
- Cruz, R.E., Leonhardt, J.M., & Pezzuti, T. (2017). Second person pronouns enhance consumer involvement and brand attitude. *Journal of Interactive Marketing*, 39, 104-116. doi: 10.1016/j.intmar.2017.05.001
- De Vries, P. (2004). *U of je? Wat moeten we nou?* Doctoraalscriptie Communicatiekunde UU.
- Dijkmans, C., Kerkhof, P., Buyukcan-Tetik, A., & Beukeboom, C. J. (2015). Online conversation and corporate reputation: A two-wave longitudinal study on the effects of exposure to the social media activities of a highly interactive company. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(6), 632-648. doi: 10.1111/jcc4.12132
- Hagtvedt, H., Hagtvedt, R., & Patrick, V.M. (2008). The Perception and Evaluation of Visual Art. *Empirical Studies of the Arts*, 26(2), 197-218. doi: 10.2190/EM.26.2.d
- Helmbrecht, J. (2003). Politeness distinctions in second person pronouns. *Pragmatics and beyond New Series*, 185-202. doi: 10.1075/pbns.112.10hel
- Hoeken, H., Hornikx, J., & Hustinx, L. (2012). *Overtuigende teksten: onderzoek en ontwerp* (2e ed.). Bussum: Coutinho.
- Hoeken, H., & Poulssen, A. (1991). Aantrekkelijk taalgebruik in voorlichtingsteksten: Het

- effect op waardering, begrip en beïnvloeding. *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, 13(3), 213-224.
- House, J., & Kádár, D.Z. (2020). T/V pronouns in global communication practices: The case of IKEA catalogues across linguacultures. *Journal of Pragmatics*, 161, 1-15. doi: 10.1016/j.pragma.2020.03.001
- Huigen, A. (2004). *Bent U of ben jij de nieuwe collega die we zoeken?* Doctoraalscriptie Communicatiekunde UU.
- Jansen, F., & Janssen, D. (2005). U en je in Postbus 51-folders. *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, 27(3), 214-229.
- Kelleher, T. (2009). Conversational voice, communicated commitment, and public relations outcomes in interactive online communication. *Journal of Communication*, 59, 172–188. doi: 10.1111/j.1460-2466.2008.01410.x
- Kelleher, T., & Miller, B. M. (2006). Organizational blogs and the human voice: Relational strategies and relational outcomes. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 395-414. doi: 10.1111/j.10836101.2006.00019.x
- Levshina, N. (2017). A multivariate study of T/V forms in European languages based on a parallel corpus of film subtitles. *Research in Language* 15(2), 153-172. doi: 10.1515/rela-2017-0010
- Morford, J. (1997). Social indexicality in French pronominal address. *Journal of Linguistic Anthropology*, 7(1), 3–37.
- Norrby, C., & Hajek J. (2011). Language policy in practice: what happens when Swedish IKEA and H&M take ‘you’ on? In C. Norrby, & J. Hajek (Red.), *Uniformity and diversity in language policy: global perspectives* (1e ed., pp. 242-257). Clevedon: Multilingual Matters. doi: 10.21832/9781847694478-021
- Norrby, C., & Warren, J. (2012). Address Practices and Social Relationships in European Languages. *Language and Linguistics Compass*, 6(4), 225-235. doi: 10.1002/Inc3.331
- Oosterhof, A., Heynderickx, P., & Meex, B. (2017). Gecombineerd gebruik van *u* en *je* in personeelsadvertenties: over de grammaticale en culturele context van aanspreekvormen. *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, 39(3), 329-346. doi: 10.5117/TVT2017.3.OOST
- Sato, M., & Bergen, B.K. (2013). The case of missing pronouns: does mentally simulated perspective play a functional role in the comprehension of person? *Cognition* 127, 361-374. doi: 10.1016/j.cognition.2013.02.004
- Schüpbach, D., Hajek, J., Warren, J., Clyne, M., Kretzenbacher, H. L., & Norrby, C. (2007).

- A cross-linguistic comparison of address pronoun use in four European languages: Intralingual and interlingual dimensions. In I. Mushin, & M. Laughen (Red.), *Selected papers from the 2006 Annual Meeting of the Australian Linguistic Society* (1e ed., pp. 1-12). Saint Lucia: School of English, Media & Art History, University of Queensland.
- Spears, N., & Singh, S. N. (2004). Measuring attitude toward the brand and purchase intentions. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 26(2), 53-66. doi: 10.1080/10641734.2004.10505164
- Van der Toorn, M.C. (1977). De problematiek van de Nederlandse aanspreekvormen. *Nieuwe Taalgids*, 70(6), 520-540.
- Vermaas, J.A.M. (2005). *Veranderingen in de Nederlandse aanspreekvormen van de dertiende t/m de twintigste eeuw*. Utrecht: LOT.
- Vismans, R. (2007). Aanspreekvormen in Vlaamse en Nederlandse personeelsadvertenties voor hoogopgeleiden. *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, 29(4), 289-313.
- Warren, J. (2006). Address pronouns in French: Variation within and outside the workplace. *Australian Review of Applied Linguistics*, 29(2), 16.1-16.17. doi: 10.1075/aral.29.2.01war
- Waterlot, M. (2014). Aanspreekvormen in Poolse, Nederlandse en Vlaamse onlinepersoneelsadvertenties voor hoogopgeleiden. *Neerlandica Wratislaviensia*, 24, 115-132.
- Wenzel, V. (2005). Wie tutoyeert God? Aanspreekconventies in de moderne bijbelvertalingen. *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, 27(4), 229-314.
- Van Zalk, F., & Jansen, F. (2004). 'Ze zeggen nog je tegen me': Leeftijdsgebonden voorkeur voor aanspreekvormen in een persuasieve webtekst. *Tijdschrift voor Taalbeheersing* 26(4), 265-277.

Appendices

Appendix A. Stimulusmateriaal

Appendix A1. Afwijzingsbrieven



Reactie op uw sollicitatie bij Lunablack

Aan:

Beste [REDACTED],

Hartelijk dank voor uw sollicitatie naar de functie van [REDACTED] bij Lunablack.

Helaas kunnen we u niet verder meenemen in de sollicitatieprocedure voor deze functie. Bij het selecteren maken we een zorgvuldige afweging, waarbij gelet wordt op motivatie, opleiding en werkervaring. Bij de vacature waar u op gereageerd hebt zijn er kandidaten die meer aansluiten bij deze factoren.

Ik wil u bedanken voor de getoonde belangstelling voor onze organisatie en we wensen u veel succes bij het zoeken naar een nieuwe werkomgeving.

Met vriendelijke groet,

Isabel Jansen

Recruiter

06-[REDACTED]

Uiterlijk 4 weken na datum van deze mail zullen uw gegevens worden vernietigd.



Reactie op jouw sollicitatie bij Lunablack

Aan:

Beste [REDACTED],

Hartelijk dank voor jouw sollicitatie naar de functie van [REDACTED] bij Lunablack.

Helaas kunnen we jou niet verder meenemen in de sollicitatieprocedure voor deze functie. Bij het selecteren maken we een zorgvuldige afweging, waarbij gelet wordt op motivatie, opleiding en werkervaring. Bij de vacature waar jij op gereageerd hebt zijn er kandidaten die meer aansluiten bij deze factoren.

Ik wil jou bedanken voor de getoonde belangstelling voor onze organisatie en we wensen jou veel succes bij het zoeken naar een nieuwe werkomgeving.

Met vriendelijke groet,

Isabel Jansen

Recruiter

06-[REDACTED]

Uiterlijk 4 weken na datum van deze mail zullen je gegevens worden vernietigd.



Reactie op uw sollicitatie bij Endax B.V.

Aan:

Beste [REDACTED],

Bedankt voor uw interesse in de functie van [REDACTED] bij Endax B.V.

Ik heb uw CV uitgebreid bekeken en moet u helaas teleurstellen. We hebben een flink aantal reacties binnen voor deze functie waarvan een aantal andere kandidaten ruime ervaring heeft. Uw kennis en ervaring voldoen in mindere mate aan de gestelde eisen. We hebben daarom besloten de procedure voort te zetten met andere kandidaten.

Helaas betekent dit voor u dat we u niet verder meenemen in de sollicitatieprocedure. U hebt een goed cv maar voor deze functie zie ik niet de match die we zoeken.

Ik waardeer de tijd en moeite die u gestoken hebt in deze sollicitatie en wens u veel succes bij het vinden van een passende baan.

Met vriendelijke groet,

Tom Grootheest

Recruiter

06-[REDACTED]

Uiterlijk 4 weken na datum van deze mail zullen uw gegevens worden vernietigd.



Reactie op jouw sollicitatie bij Endax B.V.

Aan:

Beste [REDACTED],

Bedankt voor jouw interesse in de functie van [REDACTED] bij Endax B.V.

Ik heb jouw CV uitgebreid bekeken en moet je helaas teleurstellen. We hebben een flink aantal reacties binnen voor deze functie waarvan een aantal andere kandidaten ruime ervaring heeft. Jouw kennis en ervaring voldoen in mindere mate aan de gestelde eisen. We hebben daarom besloten de procedure voort te zetten met andere kandidaten.

Helaas betekent dit voor jou dat we je niet verder meenemen in de sollicitatieprocedure. Jij hebt een goed cv maar voor deze functie zie ik niet de match die we zoeken.

Ik waardeer de tijd en moeite die jij gestoken hebt in deze sollicitatie en wens jou veel succes bij het vinden van een passende baan.

Met vriendelijke groet,

Tom Grootheest

Recruiter

06-[REDACTED]

Uiterlijk 4 weken na datum van deze mail zullen je gegevens worden vernietigd.

Appendix A2. Uitnodigingsbrieven



Reactie op uw sollicitatie bij Centurox

Aan:

Beste [REDACTED],

Naar aanleiding van uw sollicitatie naar de functie van [REDACTED] bij Centurox nodigen we u hierbij graag uit voor een eerste oriënterend gesprek.

U wordt verwacht op:

Datum [REDACTED]

Tijdstip [REDACTED]

Locatie [REDACTED]

Indien u onverhoopt niet aanwezig kunt zijn vraag ik u contact met mij op te nemen via onderstaand telefoonnummer.

Met vriendelijke groet

Juliëtte Verweij

Recruiter

06-[REDACTED]



Reactie op jouw sollicitatie bij Centurox

Aan: ...

Beste [REDACTED],

Naar aanleiding van jouw sollicitatie naar de functie van [REDACTED] bij Centurox nodigen we jou hierbij graag uit voor een eerste oriënterend gesprek.

Jij wordt verwacht op:

Datum [REDACTED]

Tijdstip [REDACTED]

Locatie [REDACTED]

Indien jij onverhoopt niet aanwezig kunt zijn vraag ik jou contact met mij op te nemen via onderstaand telefoonnummer.

Met vriendelijke groet

Juliëtte Verweij

Recruiter

06-[REDACTED]



Reactie op uw sollicitatie bij Falrafox

Aan:

Beste [REDACTED],

Gefeliciteerd! Naar aanleiding van uw sollicitatie naar de functie van [REDACTED] bij Falrafox willen we u graag uitnodigen voor een sollicitatiegesprek.

Uw sollicitatie maakt ons nieuwsgierig naar wie u bent en wat u voor onze organisatie zou kunnen betekenen.

U kunt zelf een datum en tijdstip kiezen in onze [online agenda](#).

Het gesprek vindt plaats bij ons op kantoor op het volgende adres: [REDACTED]. U hebt het gesprek met [REDACTED] en ondergetekende.

Indien u nog vragen hebt over het sollicitatiegesprek of onverwachts toch niet aanwezig kan zijn op het tijdstip dat u in de agenda heeft ingepland kunt u me bellen of antwoorden op deze e-mail. Mijn contactgegevens staan onderaan dit bericht.

Met vriendelijke groet,

Ben Meijers

Recruiter

06-[REDACTED]



Reactie op jouw sollicitatie bij Falrafox

Aan:

Beste [REDACTED],

Gefeliciteerd! Naar aanleiding van jouw sollicitatie naar de functie van [REDACTED] bij Falrafox willen we jou graag uitnodigen voor een sollicitatiegesprek.

Jouw sollicitatie maakt ons nieuwsgierig naar wie jij bent en wat jij voor onze organisatie zou kunnen betekenen.

Jij kunt zelf een datum en tijdstip kiezen in onze [online agenda](#).

Het gesprek vindt plaats bij ons op kantoor op het volgende adres: [REDACTED]. Je hebt het gesprek met [REDACTED] en ondergetekende.

Indien jij nog vragen hebt over het sollicitatiegesprek of onverwachts toch niet aanwezig kan zijn op het tijdstip dat je in de agenda hebt ingepland kun jij me bellen of antwoorden op deze e-mail. Mijn contactgegevens staan onderaan dit bericht.

Met vriendelijke groet,

Ben Meijers

Recruiter

06-[REDACTED]

Appendix A3. Filler-tekst



Reactie op sollicitatie bij Saliënt

Aan:

Beste [REDACTED],

Bedankt voor de sollicitatie op de functie van [REDACTED] bij Saliënt. Inmiddels hebben we een geschikte kandidaat voor deze functie gevonden, wat betekent dat de sollicitatieprocedure hierbij eindigt.

Hopend hiermee voldoende te hebben geïnformeerd.

Met vriendelijke groet,

Geert Rosier

Recruiter

06-[REDACTED]

Appendix B. Vragenlijst

Appendix B1. Introductietekst en instructietekst

INFORMATIE EN TOESTEMMING

U wordt uitgenodigd om mee te doen aan een onderzoek naar de waardering van brieven in een sollicitatieprocedure. Dit onderzoek wordt uitgevoerd door Marianne Segers, studente aan de Radboud Universiteit en begeleid door prof. dr. H. de Hoop.

Wat wordt er van u verwacht?

Meedoen aan het onderzoek houdt in dat u een online vragenlijst gaat invullen. U kunt alleen meedoen als u ouder bent dan 16 jaar en Nederlands als moedertaal heeft. De vragen hebben betrekking op enkele brieven. Na elke brief wordt gevraagd hierover enkele vragen te beantwoorden op een schaal. Het invullen van de vragenlijst kost in totaal ongeveer 15 minuten.

Vrijwilligheid

U doet vrijwillig mee aan dit onderzoek zonder er een vergoeding voor te ontvangen. U kunt op elk moment tijdens het onderzoek uw deelname stopzetten en uw toestemming intrekken, zonder hiervoor een reden te hoeven geven.

Wat gebeurt er met mijn gegevens?

De onderzoeksgegevens die we in dit onderzoek verzamelen, zullen onmiddellijk worden geanonimiseerd en kunnen door wetenschappers gebruikt worden voor datasets, artikelen en presentaties. De anoniem gemaakte onderzoeksgegevens zijn tenminste 10 jaar beschikbaar voor andere wetenschappers. Als we gegevens met andere onderzoekers delen, kunnen deze dus niet tot u herleid worden. We bewaren alle onderzoeksgegevens op beveiligde wijze volgens de richtlijnen van de Radboud Universiteit.

Vergoeding

Als dank voor uw medewerking, ontvangt u indien van toepassing 0.25 proefpersoonuren. Dit is alleen van toepassing als u student bent aan de Radboud Universiteit én u zich via SONA heeft ingeschreven.

Heeft u vragen over het onderzoek?

Voor meer informatie over het onderzoek kan contact worden opgenomen met prof. dr. H. de Hoop, tel: 0481-353762, e-mailadres: h.dehoop@let.ru.nl

Ethische toetsing en klachten

Dit onderzoek is goedgekeurd door de Ethische Toetsingscommissie Geesteswetenschappen van de Radboud Universiteit (ETC-GW nummer 2021-9598)

Bij klachten over het onderzoek kan contact worden opgenomen met de verantwoordelijke onderzoeker.

Ook kan er een klacht worden ingediend bij de secretaris van de Ethische Toetsingscommissie Geesteswetenschappen Radboud Universiteit (etc-gw@ru.nl).

Voor vragen over de verwerking van gegevens in dit onderzoek kan er contact worden opgenomen met: dataofficer@let.ru.nl

TOESTEMMING: Geef hieronder uw keuze aan.

Door te klikken op de knop 'Ik ga akkoord' geeft u aan dat u:

- bovenstaande informatie heeft gelezen
- vrijwillig meedoet aan het onderzoek
- 16 jaar of ouder bent
- Nederlands als moedertaal heeft

Als u niet mee wilt doen aan het onderzoek, kunt u op de knop ‘Ik wil niet meedoen’ klikken.

Ik ga
akkoord
(doorgaan
naar
vragenlijst)

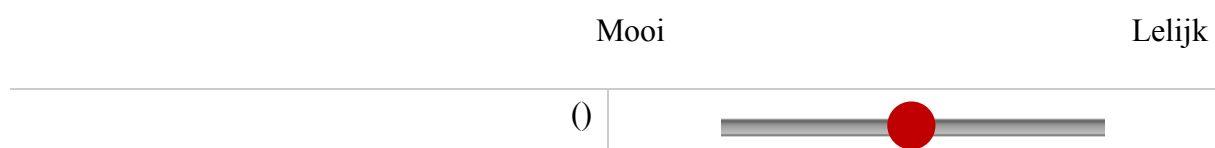
Ik wil niet
meedoen

Instructietekst en voorbeeldvraag

Hartelijk dank voor het deelnemen aan dit experiment dat gaat over reacties die sollicitanten per e-mail kunnen ontvangen op hun sollicitaties. Er worden vijf verschillende reacties getoond. Lees de reacties goed door en beoordeel de reacties aan de hand van de vragen die na elke mail worden gesteld. Denk bij het beantwoorden van de vragen niet te lang na: het gaat om de eerste indruk en er zijn geen foute antwoorden.

De vragen in deze enquête kunnen worden beantwoord middels een schuifje (rood balletje) op een schuifbalk. Boven de schuifbalk zijn twee uitersten aangegeven. Sleep het rode schuifje naar het meest geschikte antwoord. Uiteraard kan het schuifje ook tussen de twee uitersten in geplaatst worden.

Let op: Verplaats altijd het schuifje, anders wordt het antwoord niet geregistreerd en kan er niet verder gegaan worden met het invullen van de enquête. Hieronder is een voorbeeld weergegeven. Wanneer het schuifje hieronder wordt verplaatst, kan er gestart worden met het experiment. Het maakt niet uit waar dit schuifje wordt neergezet, als het maar wordt verplaatst. Dit antwoord wordt niet meegenomen in het onderzoek, het is enkel een voorbeeld. Succes!



Appendix B2. Schalen voor het meten van de attitude ten aanzien van de organisatie

Op basis van deze mail vind ik de organisatie [naam organisatie]...

aangenaam	-----	onaangenaam
helemaal niet leuk	-----	heel erg leuk
ongunstig	-----	gunstig
positief	-----	negatief
slecht	-----	goed

Appendix B3. Schalen voor het meten van de aantrekkelijkheid van de recruiter

De recruiter die deze mail heeft geschreven lijkt mij...

afstandelijk	-----	sociaal
onaardig	-----	aardig
sympathiek	-----	onsympathiek
vervelend	-----	charmant
vriendelijk	-----	onvriendelijk

Appendix B4. Controlevragen

Heb je al wel eens van een of meer van de vijf organisaties (Centurox, Endax B.V., Falrafox, Lunablack en Salient) gehoord en zo ja, van welke?

[open vraag]

Waar denk je dat dit experiment over ging? Wat wilden we echt te weten komen?

[open vraag]

Appendix B5. Demografische vragen

Wat is je geslacht?

- Man
- Vrouw
- Anders
- Zeg ik liever niet

Hoe oud ben je?

Ik ben [...] jaar

Wat ben je aan het studeren, of wat is de hoogste opleiding die je hebt afgerond?

- Basisonderwijs
- Middelbaar onderwijs
- Middelbaar beroepsonderwijs (MBO)
- Hoger beroepsonderwijs (HBO)
- Universitair onderwijs

Appendix C. Checklist Ethische Toetsing

Naam: Marianne Segers

Studentnummer: s1046833

Titel van het scriptie-onderzoeksproject: Hartelijk dank voor jouw sollicitatie, of toch 'uw'?
Een experimenteel onderzoek naar het effect van de keuze voor *u* of *jij* in het contact met sollicitanten

Eerste begeleider en verantwoordelijke onderzoeker: prof. dr. H. de Hoop

Datum waarop de checklist is ingevuld: 5 april 2021

1. Is een zorginstelling bij het onderzoeksplan betrokken?

Toelichting: dit is het geval als één van de situaties a/b/c hierna van toepassing is op het voorgenomen onderzoek.

- A. één of meer medewerkers van een zorginstelling is bij het onderzoek betrokken als opdrachtgever of verrichter/uitvoerder
- B. het onderzoek vindt plaats binnen de muren van de zorginstelling, en dient naar de aard van het onderzoek normaliter niet buiten de muren van de zorginstelling plaats te vinden
- C. aan het onderzoek nemen patiënten/cliënten van de zorginstelling (in de hoedanigheid van behandeling) deel

Nee → doorgaan met vragenlijst

Ja → Heeft een Medisch-Ethische Toetsingscommissie geoordeeld dat het geplande onderzoek niet WMO-plichtig is?

Ja → doorgaan met vragenlijst

Nee → Deze aanvraag moet door een erkende Medisch-Ethische Toetsingscommissie behandeld worden, bijvoorbeeld de [CMO Regio Arnhem Nijmegen](#) → einde checklist

2. Wensen subsidiegevers toetsing van het onderzoeksplan door een erkende Medisch-Ethische Toetsingscommissie?

Nee → doorgaan met vragenlijst

Ja → Deze aanvraag moet door een erkende Medisch-Ethische Toetsingscommissie behandeld worden, bijvoorbeeld de [CMO Regio Arnhem Nijmegen](#) → einde checklist

3. Is er sprake van een [medisch-wetenschappelijk onderzoek dat mogelijk risico's met zich meebrengt](#) voor de deelnemende persoon?

- Nee → doorgaan met vragenlijst
- Ja → Deze aanvraag moet door een erkende Medisch-Ethische Toetsingscommissie behandeld worden, bijvoorbeeld de [CMO Regio Arnhem Nijmegen](#) → einde checklist

Standaard-onderzoeksmethode

4. Valt de methode van het beoogde onderzoek onder een van de beschreven standaardonderzoeken van de FdL of FFTR?

- Ja → standaardonderzoek 1: evaluatie- en attitudeonderzoek → doorgaan met vragenlijst
- Nee → toetsing noodzakelijk, einde checklist → raadpleeg de begeleidende en verantwoordelijke docent. Zie verder [toetsprocedure](#).

Deelnemende personen

5. Gaat het bij het voorgenomen onderzoek om een gezonde populatie?

- Ja → doorgaan met vragenlijst
- Nee → toetsing noodzakelijk, einde checklist → raadpleeg de begeleidende en verantwoordelijke docent. Zie verder [toetsprocedure](#).

6. Is er sprake van onderzoek bij minderjarigen (<16 jaar) of bij wilsonbekwamen?

- Ja → toetsing noodzakelijk, einde checklist → raadpleeg de begeleidende en verantwoordelijke docent. Zie verder [toetsprocedure](#).
- Nee → doorgaan met vragenlijst

Aard van het onderzoek

7. Wordt er een methode gebruikt die het mogelijk maakt bij toeval een bevinding te doen waarvan de deelnemende persoon op de hoogte zou moeten worden gesteld?

- Ja → toetsing noodzakelijk, einde checklist → raadpleeg de begeleidende en verantwoordelijke docent. Zie verder [toetsprocedure](#).
- Nee → doorgaan met vragenlijst

8. Worden deelnemende personen aan handelingen onderworpen of worden aan de deelnemende personen bepaalde gedragswijzen opgelegd die ongerief kunnen inhouden?

- Ja → toetsing noodzakelijk, einde checklist → raadpleeg de begeleidende en verantwoordelijke docent. Zie verder [toetsprocedure](#).
- Nee → doorgaan met vragenlijst

9. Zijn de in te schatten risico's verbonden aan het onderzoek minimaal?

Nee → toetsing noodzakelijk, einde checklist → raadpleeg de begeleidende en verantwoordelijke docent. Zie verder [toetsprocedure](#).

Ja → doorgaan met vragenlijst

10. Wordt er een andere vergoeding geboden aan de deelnemende personen dan gebruikelijk?

Ja → toetsing noodzakelijk, einde checklist → raadpleeg de begeleidende en verantwoordelijke docent. Zie verder [toetsprocedure](#).

Nee → doorgaan met vragenlijst

11. Indien er [misleiding](#) plaatsvindt, voldoet de procedure dan aan de eisen zoals beschreven in het protocol van de ETC-GW?

Nee → toetsing noodzakelijk, einde checklist → raadpleeg de begeleidende en verantwoordelijke docent. Zie verder [toetsprocedure](#).

Ja → doorgaan met vragenlijst

12. Wordt voldaan aan de standaardregels in verband met [anonimiteit en privacy](#) zoals beschreven in het protocol van de ETC-GW?

Nee → toetsing noodzakelijk, einde checklist → raadpleeg de begeleidende en verantwoordelijke docent. Zie verder [toetsprocedure](#).

Ja → doorgaan met vragenlijst

Afname van het onderzoek

13. Wordt het onderzoek bij een externe instelling (bijv. school, ziekenhuis) uitgevoerd?

Nee → doorgaan met vragenlijst

Ja → Heeft/krijgt u schriftelijke toestemming van deze instelling?

Nee → toetsing noodzakelijk, einde checklist → raadpleeg de begeleidende en verantwoordelijke docent. Zie verder [toetsprocedure](#).

Ja → doorgaan met vragenlijst

14. Is er een aanspreekpunt waar deelnemende personen terecht kunnen met vragen over het onderzoek en worden zij hiervan op de hoogte gesteld?

Nee → toetsing noodzakelijk, einde checklist → raadpleeg de begeleidende en verantwoordelijke docent. Zie verder [toetsprocedure](#).

Ja → doorgaan met vragenlijst

15. Wordt aan deelnemende personen duidelijk waar klachten over deelname aan het onderzoek kunnen worden geuit en hoe deze behandeld zullen worden?

- Nee → toetsing noodzakelijk, einde checklist → raadpleeg de begeleidende en verantwoordelijke docent. Zie verder [toetsprocedure](#).
- Ja → doorgaan met vragenlijst

16. Zijn de deelnemende personen volledig vrij om deel te nemen aan het onderzoek, en om hiermee op elk moment te stoppen wanneer zij dat willen, om welke reden dan ook?

- Nee → toetsing noodzakelijk, einde checklist → raadpleeg de begeleidende en verantwoordelijke docent. Zie verder [toetsprocedure](#).
- Ja → doorgaan met vragenlijst

17. Worden deelnemende personen voorafgaand aan deelname voorgelicht over doel, aard en duur, risico's en bezwaren van de studie? (zie [toelichting over informatie en toestemming en voorbeelddocumenten](#))

- Nee → toetsing noodzakelijk, einde checklist → raadpleeg de begeleidende en verantwoordelijke docent. Zie verder [toetsprocedure](#).
- Ja → doorgaan met vragenlijst

18. Tekenende deelnemende personen en/of hun vertegenwoordigers voor toestemming deelname aan onderzoek? (zie [toelichting over informatie en toestemming en voorbeelddocumenten](#))

- Nee → toetsing noodzakelijk, einde checklist → raadpleeg de begeleidende en verantwoordelijke docent. Zie verder [toetsprocedure](#).
- Ja → **checklist afgerond**

Als u een goedkeuring van de ETC-GW nodig hebt wegens de vereiste van een tijdschriftredactie of een subsidieverstrekker, zult u ook de formele [toetsprocedure](#) van de ETC-GW moeten doorlopen.