

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/2066/74357>

Please be advised that this information was generated on 2017-02-07 and may be subject to change.

Hoe worden handleidingen gebruikt en gewaardeerd?

1. Inleiding*

Met enige regelmaat wordt, ook in vakkringen, de veronderstelling geuit dat consumenten zich weinig aan gelegen laten liggen aan de handleidingen of gebruiksaanwijzingen die ze vinden bij producten die ze hebben aangeschaft. Dit soort instructieve documenten zouden vrijwel niet gelezen worden, zo is het beeld, hooguit als het niet anders kan. Zo schrijft Rettig (1991, p. 21): “[...] documentation writers have difficulty admitting to themselves: *most people don't read documentation.*” En in *NRC-Handelsblad* van 1 maart 2001 stelt Westendorp: “Je moet ervan uitgaan dat mensen eerst wat rommelen met hun nieuwe aanschaf en pas de gebruiksaanwijzing pakken als ze vastlopen. Dat is de normale gang van zaken.”

In hoeverre deze ideeën op onderzoeksresultaten berusten, is niet altijd helder. Over het gebruik van en de waardering voor instructieve teksten zijn maar weinig studies gepubliceerd. Een van de eerste publicaties waarin het thema aan de orde was, is een onderzoek in Groot-Brittannië waarover wordt gerapporteerd in Wright et al. (1982)¹. Wright en haar collega's vroegen aan 44 proefpersonen in hoeveel procent van de gevallen zij de instructies bij bepaalde typen producten helemaal of gedeeltelijk zouden lezen. Het bleek dat bij een eenvoudige

Samenvatting

In een survey werd aan 201 Nederlanders gevraagd hoe intensief zij gebruik maken van handleidingen bij producten als videorecorders en mobiele telefoons, hoe zij reageren als er iets mis gaat, en hoeveel waarde zij hechten aan een product met een betere handleiding. Vrijwel iedereen liet weten de handleidingen bij aankoop van een product geheel of gedeeltelijk te lezen; als er problemen ontstaan bij het gebruik van een product wijt men dat vaak aan zichzelf, en er is een serieuze kans dat een positieve ervaring met de handleiding bij een eerder product van een bepaald merk meeweegt bij een volgende aankoopbeslissing. Deze uitkomsten sluiten nauw aan bij de bevindingen van Schriver (1997), die rapporteert over een onderzoek dat een aantal jaren geleden is gehouden onder een vergelijkbare groep Amerikaanse respondenten aan wie grotendeels dezelfde vragen gesteld zijn. In ons onderzoek werd ook gevraagd naar het oordeel over het gebruik van Engelse termen in handleidingen. In het algemeen vonden de respondenten dat niet bezwaarlijk. Een uitzondering vormen laag opgeleide ouderen, die daar negatief tot zeer negatief tegenover bleken te staan. Betekenisvolle relaties tussen de waardering voor het Engels in handleidingen en de antwoorden op de andere vragen werden niet gevonden.

Hoe worden handleidingen gebruikt en gewaardeerd?

dig apparaat als een elektrisch strijkijzer in gemiddeld 74.4% van de gevallen de handleiding geheel of gedeeltelijk zou worden geraadpleegd. Bij een ingewikkeld apparaat, zoals een videorecorder, zou het om 82.9% gaan. Behalve met de ingeschatte complexiteit van het product, bleek de bereidheid om de handleiding te lezen ook positief samen te hangen met de prijs die ervoor moet worden betaald: hoe ingewikkelder en hoe duurder het product, hoe groter de kans dat de handleiding wordt geraadpleegd. Een negatief verband met de bereidheid dat te doen werd gevonden voor de vertrouwde met het product, voor de ingeschatte veiligheid en voor de verwachte gebruiksfrequentie. Hoe vertrouwder en hoe veiliger het product wordt gevonden en hoe vaker men het denkt te gaan gebruiken, hoe kleiner de kans is dat de handleiding wordt gelezen. De onderzoekers vonden geen invloed van de leeftijd van de respondenten op hun gerapporteerd leesgedrag. Eventuele relaties met sekse en met opleidingsniveau werden niet nader onderzocht.

In Duitsland legde Petersen (1984) aan vier groepen van elk 100 tot 200 willekeurig geselecteerde respondenten een aantal vragen voor over gebruiksaanwijzingen. Net als in de studie van Wright (1982) gaf de meerderheid van de respondenten (hier: 83%) te kennen dat men in het algemeen gebruiksaanwijzingen eerst raadpleegt voordat men een nieuw huishoudelijk apparaat in gebruik neemt. Bij de vraag of men de gebruiksaanwijzing gewoonlijk geheel of gedeeltelijk doorlas, koos 49% de eerste optie en 51% de tweede. Op basis van de (niet erg geavanceerde) statistische analyse van de antwoorden concludeert de auteur dat de sekse van de respondenten de gebruiksfrequentie beïnvloedt: "Die unterschiede zwischen den Antworten der männlichen und der weiblichen Befragten [...] manifestieren tradiertes Rollenverhalten. Männer fühlen sich der neuen Technik eher gewachsen, sind risikofreudiger. Frauen streben nach Sicherheit und greifen eher zur Gebrauchsanweisung" (p. 7).

Wat recenter dan het werk van Wright et al. en dat van Petersen is een onderzoek in de VS van DeTienne & Smart (1995). Zij belden gebruikers van een (niet nader benoemd) populair computerprogramma, met het verzoek een aantal vragen te beantwoorden over de service van de betreffende softwareleverancier. Uit de antwoorden van de 400 respondenten bleek dat 40% (*vrijwel*) nooit gebruik maakte van de on-line hulp, en dat maar 2% deze vorm van gebruikersondersteuning echt frequent (dat wil zeggen *eens per dag of vaker*) benutte. Gewilder bleek de papieren handleiding. Slechts 8% van de respondenten zei de handleiding bij dit softwareproduct *nooit of vrijwel nooit* te raadplegen, en 17% liet als gebruiksfrequentie *eens per dag of vaker* noteren. Onderscheid naar respondentvariabelen als sekse, leeftijd en opleidingsniveau werd in dit onderzoek niet gemaakt. Alles bijeen leidden de uitkomsten van DeTienne & Smart tot de conclusie dat veel softwaregebruikers wel degelijk gebruik maken van (papieren) handleidingen.

Die conclusie wordt bevestigd in een nog recentere publicatie (Vromen & Overduin 2000). Via een 'banner' op de website van hun werkgever, de Nederlandse softwareproducent Davilex, nodigden zij gebruikers van Davilex-programma's uit om deel te nemen aan een on-line enquête over het gebruik van verschillende vormen van gebruikersondersteuning bij die programma's. Een groep van 224 respondenten reageerde. In grote meerderheid lieten zij weten de papieren handleiding bij Davilex-producten geheel of gedeeltelijk te raadplegen. Slechts 4.5% zei dat nooit te doen. Vromen & Overduin maken in hun rapportage geen onderscheid naar respondentkenmerken. Wel melden ze dat de gemiddelde leeftijd van hun respondenten relatief hoog was (41.5 jaar) en dat de meeste deelnemers zeiden hun computer dagelijks te gebruiken.

Geldt de kennelijk nog steeds bestaande populariteit van papieren handleidingen alleen voor gebruikers van softwareproducten, of geldt ook voor consumentenelektronica producten dat consumenten belang hechten aan de handleidingen² die daarbij verstrekt worden? Na het onderzoek van Wright et al. (1982) is er tot nu toe voor die kwestie weinig aandacht geweest. De meest recente studie is een survey onder Amerikaanse consumenten waarvan verslag wordt gedaan in Schriver (1997, p. 209-223). Aan 201 consumenten uit de regio Pittsburgh (PA) werden door een onderzoeksteam vragen voorgelegd over onder meer de intensiteit waarmee zij handleidingen gewoonlijk raadplegen, over hun reactie wanneer er iets mis gaat bij het gebruik van een ingewikkeld apparaat, en over hun bereidheid om meer te betalen voor producten met een betere handleiding. De interviews werden op straat gehouden onder consumenten die vlak daarvoor een elektronicawinkel of een videoverhuurbedrijf in de buurt van Pittsburgh (PA) hadden bezocht.³ Het bleek dat handleidingen maar zelden geheel werden genegeerd, dat de respondenten het vooral zichzelf verweten als zich problemen voordeden met het product dat ze gekocht hadden, en dat positieve ervaringen met een handleiding een serieuze rol kunnen spelen bij een volgende aankoopbeslissing. Bij een deel van de vragen die Schriver stelde, ging ze na of er statistisch significante verschillen waren tussen mannen en vrouwen en tussen verschillende leeftijdscategorieën. Bij een ander deel van de vragen wordt geen melding gemaakt van een toetsing van het verband met sekse en leeftijd. Bij geen van de vragen van Schriver kan uit haar rapportage worden afgeleid of er een effect was van opleidingsniveau.

Om meer zicht te krijgen op het gebruik van en de waardering voor handleidingen bij Nederlandse consumenten, hebben wij daarover eind 1999 een survey gehouden. Een van de doelstellingen was een preciezer beeld te krijgen van de invloed van respondentvariabelen dan uit de beschikbare literatuur gedestilleerd kan worden. Door onze respondenten dezelfde soort vragen voor te leggen als die eerder door Schriver en haar collega's waren gesteld, konden we ook nagaan op welke punten de reacties van de Nederlandse respondenten overeenkwamen met, dan wel afweken van die van Amerikaanse consumenten. Daarnaast hebben we de Rotterdamse respondenten gevraagd naar hun oordeel over het gebruik van het Engels in handleidingen. Voorstelbaar is immers dat het oordeel daarover bij Nederlanders van invloed is op het gebruik van en de waardering voor de handleidingen die ze krijgen voorgelegd.

2. Opzet en uitvoering

Zonder het onderzoek van Schriver exact te willen repliceren, hebben we ons bij de opzet van ons onderzoek wel laten inspireren door de manier waarop de resultaten werden verzameld waarover Schriver (1997) rapporteert. Op verschillende locaties in en rond Rotterdam hebben wij (in concreto: de tweede auteur van dit artikel) 201 passanten die uit een winkel kwamen waar consumentenelektronica werd verkocht, benaderd met het verzoek een aantal vragen te beantwoorden over handleidingen. In afwijking van de gang van zaken in Pittsburgh, waar de respondenten 12 dollar kregen voor hun medewerking, werd aan onze respondenten een klein presentje (een bij het seizoen passend zakje snoepgoed ter waarde van fl 0.99) in het vooruitzicht gesteld.

Net als bij Schriver was het aantal mannen (N=105) en het aantal vrouwen (N=96) dat aan ons onderzoek meedeed ongeveer gelijk, en er was een gelijkmatige verdeling over de

Hoe worden handleidingen gebruikt en gewaardeerd?

leeftijdscategorieën *jonger dan 30* (N=70), *van 30 tot en met 49* (N=69) en *50 of ouder* (N=62). Ook naar opleiding waren onze respondenten gelijkmatig verdeeld. Van de 196 respondenten die informatie gaven over hun hoogste afgeronde opleiding, hadden er 67 een hbo- of wo-opleiding (verder aangeduid als *hoog*) achter de rug; voor 72 respondenten was de hoogste afgeronde opleiding havo, mbo of vwo (verder *midden*) en 57 respondenten hadden mavo of lager als hoogste afgeronde opleiding (*laag*).⁴

Het interview met de deelnemers ging als volgt. Na een eerste vraag over de gebruiksintensiteit van handleidingen, werd een aantal vragen voorgelezen die ook door Schriver werden gesteld, inclusief de antwoordmogelijkheden waaruit gekozen kon worden. Dat gebeurde ook met onze vraag over het gebruik van het Engels. Daarna volgden nog enkele vragen naar persoonlijke gegevens.

3. Resultaten

De beschikbare ruimte laat niet toe dat we hieronder aan alle vragen aandacht besteden die aan onze respondenten voorlegden, en ook niet dat we bij elke vraag die we wel bespreken even uitvoerig op de resultaten ingaan.⁵ Lezers die geïnteresseerd zijn in meer informatie worden verwezen naar een website⁶ waar de complete resultaten te vinden zijn van onze statistische analyses.

3.1 De gebruiksintensiteit. De eerste vraag we aan onze respondenten stelden, was of zij bij aankoop van een product de bijbehorende handleiding lezen. De uitkomsten staan in Tabel 1.

Tabel 1: "Leest u bij aankoop van een product de handleiding?" Antwoorden van Nederlandse respondenten

altijd	vaak	soms	nooit
38.8%	32.3%	20.9%	8.0%

Slechts 8% van de respondenten zegt bij aankoop van een product de handleiding nooit te lezen – een flink contrast met de bijna 40% die zegt de handleiding altijd ter hand te nemen. De sekse van de respondenten speelt daarbij blijkens een Chi-kwadraat toets geen rol van betekenis ($p=.634$). Dat ligt anders voor leeftijd en opleiding, zoals blijkt uit Tabel 2 en Tabel 3.

Tabel 2: "Leest u bij aankoop van een product de handleiding?" Antwoorden verdeeld over leeftijdsgroepen

	altijd	vaak	soms	nooit
jongeren (<30)	25.7%	27.1%	31.4%	15.7%
middengroep (30-49)	46.4%	33.3%	15.9%	4.3%
ouderen (>49)	45.2%	37.1%	14.5%	3.2%
Chi-kwadraat(6): 19.694; $p<.01$				
Rangorddecorrelatie: -.22; $p<.001$				

Tabel 3: "Leest u bij aankoop van een product de handleiding?" Antwoorden verdeeld over opleidingsniveaus

	altijd	vaak	soms	nooit
laag opgeleid (mavo of lager)	28.1%	22.8%	33.3%	15.8%
middengroep (mbo, havo, vwo)	30.6%	38.9%	23.6%	6.9%
hoog opgeleid (hbo, wo)	55.2%	35.8%	9.0%	0.0%
Chi-kwadraat(6): 29.950; p<.001				
Rangordecorrelatie: -.30; p<.001				

Hoe ouder consumenten zijn en hoe hoger ze zijn opgeleid, des te kleiner is de kans dat ze een handleiding links laten liggen. Dat wordt duidelijk uit de rangordecorrelaties van gebruiksfrequentie enerzijds en leeftijd en opleiding anderzijds. Nadere analyse leert dat de combinaties 'jongere – laag opgeleid' en 'oudere – hoog opgeleid' de meest extreme verschillen opleveren. Van de laag opgeleide jongeren leest 31.8% nooit de handleiding en is er niemand die zegt de handleiding altijd te lezen. Van de hoog opgeleide ouderen is er niemand die nooit de handleiding leest, en zegt 50% dat altijd te doen.

De tweede vraag die wij stelden, luidde: 'Hoe leest u handleidingen meestal?'. Tabel 4 bevat een overzicht van de resultaten. Ter vergelijking worden ook de antwoordpercentages van de Amerikaanse respondenten bij dezelfde vraag weergegeven.⁷

Tabel 4: "Hoe leest u handleidingen meestal?" Antwoorden van Nederlandse en Amerikaanse respondenten

	van het begin tot het eind	vluchtig	als ik niet verder kan	ik lees de handleiding nooit
Nederlandse respondenten	20%	54%	23%	3%
Amerikaanse respondenten	15%	46%	35%	4%
Chi-kwadraat(2): 13.508; p<.01				

Ook Tabel 4 laat zien dat de veronderstelling dat handleidingen door vrijwel niemand worden gelezen, lastig vol te houden is. Dat geldt blijkens deze vraag slechts voor ongeveer 3% van de ondervraagde Nederlanders (nog minder dus dan de 8% die een soortgelijk antwoord gaf bij de eerste vraag) en voor 4% van de ondervraagde Amerikanen.

Zowel van de Nederlandse als de Amerikaanse respondenten leest ongeveer de helft de handleidingen vluchtig door en zegt 20%, resp. 15% dat ze de handleidingen meestal van kaft tot kaft doorwerken. Een duidelijk verschil tussen de ondervraagde Amerikanen en Nederlanders is zichtbaar bij de voorlaatste optie ('Read as reference', resp. 'Als ik niet verder kan'). Deze optie werd vaker door de Amerikanen gekozen (35%) dan door de Nederlanders (23%). Een mogelijke verklaring is dat de Engelse en de Nederlandse formuleringen van dit antwoordalternatief achteraf gezien niet equivalent waren.

Uit de gegevens die Schriver presenteert, valt bij deze vraag niet af te leiden of sekse, leeftijd of opleiding van haar respondenten een significante invloed hadden op de gegeven antwoorden. Voor de Nederlandse respondenten kon dat wel worden vastgesteld. Sekse

Hoe worden handleidingen gebruikt en gewaardeerd?

bleek ook hier geen significante invloed te hebben. Leeftijd (rangordecorrelatie: $-.14$; $p < .05$) en opleidingsniveau (rangordecorrelatie: $-.15$; $p < .05$) daarentegen spelen bij deze vraag een bescheiden, maar statistisch significante rol. Vooral ouderen en hoog opgeleiden geven aan de handleiding van kافت tot kافت door te lezen. En vooral jongeren en laag opgeleiden zeggen de handleiding alleen te raadplegen als ze vast zijn komen zitten, of er nooit een blik in te werpen.

3.2 De schuldvraag. Over handleidingen wordt veel geklaagd. Regelmatig worden er in de media voorbeelden gegeven van beroerd vertaalde, slecht geschreven, inhoudelijk incorrekte, ondoordacht geïllustreerde, en door dat alles vrijwel onleesbare instructieve documenten. Vaak gebeurt dat vanwege het komisch effect, dat vrijwel gegarandeerd is. Maar soms ook is een achterliggend doel de producenten ertoe te brengen meer aandacht (en ook geld) te besteden aan de kwaliteit van deze teksten, die immers cruciaal kunnen zijn voor het effectief gebruik van het product.

Hoe kijken consumenten aan tegen de informatie-overdracht over de bediening van het product dat ze hebben aangeschaft? Delen zij het in de media gebruikelijke standpunt dat het aan de handleidingen ligt als het mis gaat? Of leggen zij de schuld bij zichzelf als ze er met de handleiding niet uitkomen? In Tabel 5 zijn de reacties van de Nederlandse en de Amerikaanse respondenten op de desbetreffende vraag weergegeven.

Tabel 5: "Stel, u ondervindt tijdens het gebruik van een product problemen met het product, waaraan of aan wie ligt het dan volgens u?" Antwoorden van Nederlandse en Amerikaanse respondenten

	de hand- leiding	de machine / het product	de fabrikant	mezelf	weet ik niet meer
Nederlandse respondenten	12%	17%	15%	48%	7%
Amerikaanse respondenten	12%	13%	6%	63%	6%
Chi-kwadraat(4): 36.739; $p < .001$					

Het meest opvallend aan deze uitkomsten zijn de hoge percentages respondenten die het aan zichzelf wijten als er iets mis gaat. In Nederland geldt dat voor bijna 50% van de geïnterviewden en in de VS zelfs voor ruim 60%, een verschil dat bijdraagt tot het significante effect van nationaliteit⁸ op de beantwoording van deze vraag. Net als Schriver⁹ vonden wij hier geen significante invloed van de variabelen sekse en leeftijd. Ook voor opleidingsniveau vonden wij geen significant effect bij deze vraag.

3.3 Het belang van een goede handleiding. Om een beeld te krijgen van het belang dat consumenten hechten aan een goede handleiding als het aankomt op aankoopbeslissingen, stelden we aan onze respondenten een aantal vragen die ook door Schriver aan de Amerikaanse respondenten werden voorgelegd. Tabel 6 bevat de belangrijkste resultaten.

Tabel 6: Antwoorden van Nederlandse en Amerikaanse respondenten op vragen over het belang van goede handleidingen

vragen	antwoord- mogelijkheden	Nederlandse respondenten	Amerikaanse respondenten	significant verband met nationaliteit?
1. Vindt u dat consumenten recht hebben op begrijpelijke handleidingen?	ja	90%	86%	Nee Chi-kwadraat(2)= 4.719 p=.094
	misschien	7%	12%	
	nee	3%	2%	
2. Denkt u dat bedrijven die een product verkopen erin geïnteresseerd zijn of u met dat product overweg kunt?	zeker	33%	29%	Nee Chi-kwadraat(2)=2.456 p=.293
	enigszins	36%	41%	
	nee	31%	30%	
3. Vindt u dat producenten reclame moeten maken met 'gebruikersvriendelijke' handleidingen als ze die leveren?	ja	25%	84%	Ja Chi-kwadraat(2)=3984.881 p<.001
	maakt me niet uit	30%	15%	
	nee	45%	1%	
4. Wanneer bedrijven in hun advertenties verwijzen naar hun gebruikersvriendelijke handleidingen, zou dat dan uw aankoopgedrag beïnvloeden?	zeker	27%	35%	Ja Chi-kwadraat(2)=6.258 p<.05
	misschien	42%	40%	
	nee	31%	25%	
5. Zou u bereid zijn om meer geld voor een product te betalen als u wist dat het product een duidelijke handleiding heeft?	ja	17%	27%	Ja Chi-kwadraat(2)=11.041 p<.01
	misschien	39%	36%	
	nee	44%	37%	
6. Stel, u heeft een product gekocht met een duidelijke handleiding, zou u dan van hetzelfde bedrijf ook andere producten kopen?	ja	48%	79%	Ja Chi-kwadraat(3)=129.389 p<.001
	misschien	30%	14%	
	nee	10%	4%	
	weet ik niet	11%	3%	

Het overheersende beeld dat de resultaten in Tabel 6 opleveren, is dat consumenten belang hechten aan goede handleidingen: ze vinden dat ze er recht op hebben en ze zijn bereid er iets extra's voor te betalen. Uit een nadere analyse van onze data blijkt dat hoog opgeleiden (34%) daartoe meer, en jongeren (12%) daartoe wat minder bereid zijn dan de 'gemiddelde consument' (17%). Er is ook een serieuze kans dat een consument zijn of haar aankoopbeslissingen laat beïnvloeden door eerdere positieve ervaringen met de handleiding bij een vorig product van hetzelfde bedrijf. Dat geldt voor de Nederlandse (48%), maar meer nog voor de Amerikaanse respondenten (79%). Nadere analyse van de antwoorden van de Nederlandse respondenten leert dat in het bijzonder ouderen en laag opgeleiden 'ja' zeggen op de betreffende vraag (resp. 61% en 68%). Van de respondenten die zowel bij de ouderen als bij de laag opgeleiden behoren, zegt 78% bij een volgende aankoopbeslissing belang te hechten aan eerdere ervaringen met handleidingen van het bedrijf in kwestie.

Andere verschillen tussen de Amerikaanse en de Nederlandse antwoorden vinden we bij de vragen 3 en 4, waar blijkt dat de Amerikanen meer belang toekennen aan het beklemtonen van gebruikersvriendelijkheid in reclame-uitingen dan de Nederlanders, en bij vraag 5, waar blijkt dat er meer Amerikanen zijn dan Nederlanders die iets extra's over blijken te hebben voor een goede handleiding. In ons onderzoek wijken laag opgeleide jonge mannen in dit opzicht overigens sterk af van het totaalbeeld. Van de twaalf Neder-

Hoe worden handleidingen gebruikt en gewaardeerd?

landse respondenten in deze categorie zegt niemand ‘ja’ en zeggen er elf (91.7%) ‘nee’ op de vraag of ze wat extra’s over zouden hebben voor een product met een heldere handleiding. In paragraaf 4 komen we terug op de gevonden verschillen tussen de Nederlandse en de Amerikaanse respondenten.

3.4 De houding tegenover het Engels in handleidingen. Als direct gevolg van de frequent voorkomende Engelse terminologie in de interface van veel consumentenelektronica-producten is gebruik van Engelse termen in de bijbehorende handleidingen eerder regel dan uitzondering. Voorstelbaar is dat het gebruik en de waardering van handleidingen waarmee Nederlandse consumenten worden geconfronteerd, verband houden met de houding van deze consumenten tegenover het gebruik van Engelse termen in deze tekstsoort.

Om dat na te kunnen gaan, vroegen we de respondenten om hun oordeel over het Engels in handleidingen kenbaar te maken op een vijfpuntsschaal. In tabel 7 zijn de uitkomsten bij deze vraag uitgesplitst naar sekse, leeftijdscategorie en opleidingsniveau.

Tabel 7: “Wat vindt u van het gebruik van Engelse termen in handleidingen?” (oordelen gegeven op vijfpuntsschaal; 1: heel positief; 5: heel negatief)

	gemiddelde	standaarddeviatie	significant effect?
mannen	2.72	1.16	Nee $t(199)=0.608$ $p=.544$
vrouwen	2.82	1.15	
jongeren (<30)	2.47	1.06	Ja $F(2, 198)=16.379$ $p<.001$
middengroep (30-49)	2.49	1.22	
ouderen (>49)	3.42	1.15	
laag opgeleid	3.40	1.31	Ja $F(2, 193)=15.278$ $p<0.001$
middengroep	2.61	0.99	
hoog opgeleid	2.37	2.92	
totaal	2.76	1.15	

Het algemene beeld uit de gegevens in Tabel 7 is dat het gebruik van Engels in handleidingen niet bezwaarlijk wordt gevonden. Het gemiddelde oordeel (2.76) ligt tussen ‘neutraal’ en ‘positief’. Sekse heeft geen significante invloed op het oordeel van de consumenten. Voor leeftijd geldt dat wel. Het gemiddelde oordeel van respondenten van 50 jaar of ouder (3.42) over het gebruik van Engelse termen wijkt significant af van dat van beide andere leeftijdsgroepen.¹⁰ Behalve leeftijd blijkt ook opleiding van invloed bij de beantwoording van deze vraag. Laag opgeleiden denken significant negatiever over Engels in handleidingen (3.40) dan beide andere groepen.¹¹ Het meest negatieve standpunt werd ingenomen door de groep van 21 respondenten in ons onderzoek die 50 jaar en ouder waren en die een opleiding hadden onder mavo-niveau. Hun gemiddelde waardering voor het Engels lag met 4.33 tussen ‘negatief’ en ‘heel negatief’. Het ligt voor de hand dat een onvoldoende beheersing van het Engels hier debet aan is. Als men de termen eenvoudigweg niet kent die gebruikt worden op een apparaat en/of in een bijbehorende instructie, leidt dat allicht tot irritatie.

Van verbanden tussen de oordelen van respondenten over het Engels in handleidingen en de antwoorden die ze gaven op de andere vragen die hun werden gesteld, bleek nauwelijks sprake. Op één uitzondering na¹² bleek de relatie tussen de waardering voor het Engels en de antwoorden op andere vragen niet significant. Kennelijk doet een positief of negatief oordeel over het Engels in handleidingen bij Nederlanders niet direct toe of af aan het gebruik of de waardering voor de tekstsoort in zijn algemeenheid.

Eerder onderzoek naar de waardering van Nederlanders voor het Engels in instructieve teksten is ons niet bekend. Het dichtst in de buurt ligt een onderzoek van Gerritsen (1996) naar de waardering voor het Engels in *persuasieve* schriftelijke communicatie: geheel Engelstalige advertenties in Nederlandse tijdschriften. De door Gerritsen gevonden attitude van de respondenten (gemiddelde score van 2.62 op een vijfpuntsschaal) tegenover dit soort advertenties is vergelijkbaar met de gemiddelde score die wij vonden bij instructieve teksten (2.76). Net als in ons onderzoek bleken bij Gerritsen jongeren (onder 25 jaar) een significant positiever oordeel te hebben dan ouderen (boven 45 jaar).¹³ En ook net als in ons onderzoek bleek van een sekse-effect op attitude tegenover het Engels geen sprake. Naar een eventuele invloed van opleidingsniveau is door Gerritsen niet gezocht. Alle respondenten waren hoog opgeleid: de jongeren hadden allemaal VWO achter de rug, en de ouderen HBS of gymnasium (Gerritsen, 1996, p. 69).

4. Conclusies

Alles bijeen levert ons onderzoek het volgende algemene beeld op. Vrijwel iedereen zegt bij aankoop van een product de handleiding (soms, vaak of altijd) te lezen (Tabel 1). In de meeste gevallen gebeurt dat vluchtig tijdens het uitproberen, of als men niet meer verder kan (Tabel 4). Als er bij het gebruik van een product problemen ontstaan, wijt men die veel vaker aan zichzelf dan aan de handleiding (Tabel 5). Men betwijfelt of bedrijven erin geïnteresseerd zijn of klanten met de geleverde producten overweg kunnen, men vindt het recht op begrijpelijke handleidingen vanzelfsprekend, en men ziet enig commercieel nut in het beklemtonen van de gebruikersvriendelijkheid van handleidingen. Ook wil men wellicht wat extra betalen voor een goede handleiding, en laat men ervaringen met een handleiding meewegen bij een volgende aankoopbeslissing (Tabel 6). Over het gebruik van Engelse termen in handleidingen is men niet enthousiast, maar het wordt in het algemeen ook niet bezwaarlijk gevonden (Tabel 7). Een duidelijke samenhang tussen het oordeel over het gebruik van Engels enerzijds, en het gebruik en de waardering van handleidingen anderzijds is er niet.

Bezien we de uitkomsten van de statistische toetsen op de invloed van de onderzochte persoonsvariabelen, dan laat zich voor de Nederlandse consumenten concluderen dat *seks* geen rol speelt bij het gebruik en de waardering van handleidingen: bij geen van de vragen is er een effect op de antwoorden gevonden. De stelling uit Petersen (1984) dat mannen “risikofreudiger” zouden zijn en dat vrouwen “eher zur Gebrauchsanweisung [greifen]” wordt door onze gegevens op geen enkele manier ondersteund.

Leeftijd heeft wel enige invloed op de gebruikintensiteit van handleidingen: hoe ouder de consumenten, hoe vaker ze zeggen bij aankoop van een product de handleiding te lezen. Ook de manier waarop de handleiding geraadpleegd wordt, hangt enigermate samen met

Hoe worden handleidingen gebruikt en gewaardeerd?

leeftijd. Het zijn vooral ouderen die de handleiding van kaff tot kaff doornemen, en het zijn vooral jongeren die de handleiding alleen raadplegen als ze vast komen zitten, of er geheel aan voorbij gaan. Bij de beantwoording van de 'schuldvraag' heeft leeftijd geen aantoonbare invloed. Leeftijd speelt blijkens onze gegevens wel een rol als het gaat om de commerciële impact van goede handleidingen: ouderen willen daar meer voor betalen, en ze laten positieve ervaringen met handleidingen duidelijker meewegen bij toekomstig aankoopgedrag. Een effect van leeftijd is ook zichtbaar bij de waardering voor het Engels. Net als in onderzoek van Gerritsen (1996) het geval bleek voor de appreciatie van Engels in advertenties blijkt ook voor Engelse termen in handleidingen te gelden dat met name ouderen zich daaraan ergeren.

Opleiding is de persoonsvariabele die de grootste invloed heeft op het gebruik van handleidingen: hoog opgeleiden lezen handleidingen duidelijk vaker en intensiever dan anderen. Bij de beantwoording van de 'schuldvraag' speelt opleiding geen rol. Gaat het om de commerciële aspecten van een goede handleiding, dan is er ook een effect van opleiding te zien. Laag opgeleiden willen er het minst voor betalen en ze geven hun ervaringen met een handleiding het minste gewicht bij een volgende aankoopbeslissing. Ook blijkt er een effect van opleiding op de waardering voor het Engels. Consumenten met een lage opleiding staan aanmerkelijk negatiever tegenover het gebruik van Engelse terminologie in een handleiding dan anderen.

Vergelijken we de antwoorden die onze respondenten met de antwoorden uit het onderzoek van Schriver (1997), dan tekenen zich behalve belangrijke overeenkomsten ook enkele verschillen af. Nederlanders zijn wat vaker bereid een handleiding geheel of gedeeltelijk te lezen dan Amerikanen, Amerikanen zoeken de schuld bij problemen vaker bij zichzelf dan Nederlanders, Amerikanen hechten meer commercieel belang aan een goede handleiding, en Amerikanen hebben daar wat meer voor over.

Het is misschien verleidelijk om deze verschillen te verklaren vanuit *cultuurkenmerken*, en een directe relatie te leggen met bijvoorbeeld het werk van Hofstede (1984; 1995), die op een aantal dimensies de Nederlandse cultuur als verschillend van de Amerikaanse typeert. Uitspraken over mogelijke verbanden tussen nationaliteit, cultuurkenmerken en waardering voor handleidingen achten wij echter op zijn minst voorbarig. Zoals aangegeven in Jansen (1999; 2000) zijn er serieuze kanttekeningen te plaatsen bij de geldigheid van de uitkomsten zoals Hofstede die op basis van zijn onderzoek heeft geformuleerd. Maar ook als we meer en meer precieze informatie over cultuurverschillen zouden hebben, is het gewaagd om daarin directe verklaringen te zoeken voor lezersvoorkeuren en lezersgedrag. Een eenvoudig model van het type 'nationaliteit X *dus* cultuurkenmerken Y *dus* communicatief gedrag Z' kan niet een afdoende theoretische basis vormen voor onderzoek naar interculturele aspecten van zakelijke communicatie. Daarbij zal ten minste ook de relatie betrokken moeten worden tussen cultuurdimensies op groepsniveau en waardenpatronen op individueel niveau (zie Le Pair et al., 2000). Goed voorstelbaar is immers dat verschillen tussen consumenten op communicatie-gerelateerde variabelen weliswaar enige samenhang vertonen met nationaliteit, maar veel sterker bepaald worden door individuele karakteristieken, op het punt van cognitieve stijl bijvoorbeeld, die dwars door nationaliteiten heenlopen. Binnenkort vallen de eerste resultaten te verwachten van cross-cultureel onderzoek naar de waardering van persuasieve teksten, waarbij ook individuele waardenpatronen in de analyse worden betrokken (Hoeken et al., in voorbereiding). Hopelijk hoeven we niet lang

te wachten op een vergelijkbaar onderzoek op het gebied van instructieve teksten.

Nuttig is ook vervolgonderzoek dat gedetailleerder antwoord geeft op de vraag welke situatiekenmerken bij welk type gebruikers leiden tot de beslissing om een instructieve tekst, of delen daarvan wel of niet te gaan lezen. Om het in de woorden van Wright (1988) te zeggen: er moet gewerkt worden aan “theories of NOT reading”. Behalve in Wright (1988) zijn bijvoorbeeld in Steehouder (1994) en in Maes et al. (1996) al aanzetten tot theorievorming te vinden over de driehoeksverhouding tussen tekst, artefact en gebruiker, en over interacties daartussen die tot bepaalde vormen van leesgedrag kunnen leiden. Het is de moeite waard te proberen de daar gepresenteerde modellen verder uit te bouwen en via empirisch onderzoek te verfijnen. Dat kan ertoe bijdragen dat de gebruikswaarde van handleidingen wordt vergroot. Uit de hier gepresenteerde onderzoeksresultaten moge blijken dat dat in elk geval door consumenten op prijs wordt gesteld.

Noten

- * Wij danken de collega's en studenten die commentaar gaven op vorige versies van dit artikel.
- 1. Voor een korte weergave van de eerste bevindingen uit dit onderzoek, zie Wright (1981).
- 2. In dit artikel scharen we dit soort documenten verder allemaal onder de noemer *handleidingen*.
- 3. Wanneer de interviews werden gehouden, wordt in Schriver (1997) niet vermeld. Maar aangezien er in Schriver (1995) al melding wordt gemaakt van een deel van de resultaten (de antwoorden op de 'schuldvraag'), kan de survey niet later dan in 1995 hebben plaatsgevonden.
- 4. In het onderzoek van Schriver kwamen 107 mannen en 94 vrouwen aan het woord. De verdeling over de drie leeftijdscategorieën was bij Schriver als volgt: *jonger dan 30*: N=67; *van 30 tot en met 49*: N=69; *50 of ouder*: N=65. Over het opleidingsniveau van de respondenten geeft Schriver (1997) geen precieze informatie.
- 5. Bij de vragen waarover we hier rapporteren, vermelden we steeds of er een statistisch significant verband was tussen de antwoorden op de vragen en de respondentkenmerken sekse, leeftijd of opleiding (Chi-kwadraattoetsen; $\alpha = .05$). Wanneer de aard van de gehanteerde antwoordopties bij de interviewvragen het toeliet, hebben we de reacties van de respondenten geïnterpreteerd als waarden op een ordinale schaal, en hebben we daarbij passende non-parametrische toetsen uitgevoerd. Waar de respondentvariabelen die we met de antwoorden in verband brachten (leeftijd in drie categorieën, en opleiding in drie categorieën) zelf ordinaal van aard waren, zijn rangordecorrelaties (Kendall's Tau-b) berekend. Waar het ging om een respondentvariabele op een nominale schaal (sekse) is de Mann-Whitney toets gehanteerd. In die gevallen waar rangordecorrelaties of resultaten van Mann-Whitney tests statistisch significant waren, wordt daar melding van gemaakt. Bij de vergelijking van onze resultaten met die van Schriver moeten we volstaan met de rapportage van Chi-kwadraattoetsen. Voor andere analyses zouden de ruwe data van het Amerikaanse onderzoek beschikbaar moeten zijn. Bij de vraag die wij hebben gesteld over de waardering van het Engels in handleidingen maakt de gehanteerde vijfpuntsschaal het mogelijk om bij de analyse van de antwoorden gebruik te maken van parametrische F- en t-toetsen.
- 6. Het webadres is: <http://www.careljansen.nl/jb2001.htm>. Hier kan ook de SPSS-file worden gedownload met de data die in Rotterdam verzameld zijn.
- 7. Schriver volstaat hier en elders met afgeronde percentages. Waar wij onze resultaten met die van haar resultaten vergelijken, nemen wij haar presentatiewijze over.
- 8. Strikt genomen weten we niet zeker of de term 'nationaliteit' hier wel de juiste is. Schriver (1997) vermeldt niet of ze bij haar respondenten heeft nagevraagd of ze de Amerikaanse nationaliteit hadden, en wij hebben niet naar de nationaliteit van onze respondenten gevraagd. Maar aangenomen mag worden dat in het onder-

Hoe worden handleidingen gebruikt en gewaardeerd?

- zoek van Schriver in het overgrote deel van de gevallen consumenten met een Amerikaans paspoort en in ons onderzoek consumenten met een Nederlands paspoort aan het woord gekomen zijn.
9. In een vervolgonderzoek met 35 hardop denkende proefpersonen ging Schriver nog na of de beantwoording van de 'schuldvraag' werd beïnvloed door de concrete ervaring van het werken met een handleiding bij een consumentenelektronica-product. Dat bleek niet het geval: bij de pretest legde 52% van de proefpersonen de schuld bij zichzelf, en dat was nauwelijks anders tijdens het werken (51%) en bij de post-test (53%).
 10. Post hoc tests (Tamhane) leverden hier de volgende verschillen op: jongeren versus middengroep: niet significant; jongeren versus ouderen: significant; $p < 0.001$; middengroep versus ouderen: significant; $p < 0.001$.
 11. Hier waren de uitkomsten van post hoc tests (Tamhane) als volgt: laag opgeleid versus middengroep: significant; $p < 0.01$; laag opgeleid versus hoog opgeleid: significant; $p < 0.001$; middengroep versus hoog opgeleid: niet significant.
 12. De uitzondering betreft de relatie tussen enerzijds de waardering voor het Engels en anderzijds de stelligheid waarmee de stelling werd onderschreven dat producenten er goed aan doen reclame te maken voor 'gebruikersvriendelijke' handleidingen. Bij de rangordetoets bleek die relatie significant ($p = .042$); bij de Chi-kwadraat-toets niet ($p = .107$). We achten de gevonden rangordecorrelatie (.127) te laag, en vooral het gevonden verband te lastig interpreteerbaar om er consequenties aan te verbinden.
 13. Aldus Gerritsen et al. (2000, p. 18), waar kort naar Gerritsen (1996) wordt verwezen. In Gerritsen (1996) zelf worden geen overall scores genoemd. Wel kan uit de daar weergegeven deelresultaten worden gereconstrueerd dat de gemiddelde score van de (26) jongeren 2.18 bedroeg, en die van de ouderen (ook 26 in getal) uitkomt op 3.07.

Bibliografie

- Detienne, K. & Smart, K.L. (1995)**, The battle of paper documentation versus online documentation. In: *Disappearing borders. Proceedings of Forum95 (November 13-15, 1995)*. Dortmund: International Council for Technical Communication (INTECOM), pp. 1-3.
- Gerritsen, M. (1996)**, Engelstalige productadvertenties in Nederland: onbemind en onbegrepen. In: R. van Hout & J. Kruijssen (eds.), *Taalvariëties: toonzettingen en modulaties op een thema*. Dordrecht: Foris Publications, pp. 67-83.
- Gerritsen, M., Korzilius, H., Meurs, F. van & Gijsbers, I. (2000)**, English in Dutch commercials: not understood and not appreciated. *Journal of advertising research*, 40 (4), pp. 17-31.
- 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.
- Jansen, C. (1999)**, *Zo werkt dat. Het ontwerp van instructieve teksten*. Oratie KU Nijmegen. Nijmegen: Nijmegen University Press.
- Jansen, C. (2000)**, *Zo werkt dat. Het ontwerp van instructieve teksten*. Verkorte versie oratie KU Nijmegen. *Tijdschrift voor taalbeheersing*, 22, pp. 150-159.
- Maes, A., Ummelen, N. & Hoeken, H. (1996)**, *Instructieve teksten. Analyse, ontwerp en evaluatie*. Bussum: Coutinho.
- Pair, R. le, Crijns, R. & Hoeken, H. (2000)**, Het belang van cultuurverschillen voor het ontwerp van persuasieve teksten. *Tijdschrift voor taalbeheersing*, 22, pp. 358-372.
- Petersen, D. (1984)**, *Die Gebrauchsanweisung als kommunikatives Mittel zur Beeinflussung des Gerätebenutzer-Verhaltens*. Hamburg: Universität Hamburg, Fachrichtung Betriebswirtschaftslehre/Marketing.
- Rettig, M. (1991)**, Nobody reads documentation. *Communications of the ACM*, 34 (7), pp. 19-24.
- Schriver, K.A. (1995)**, *Document design as rhetorical action*. Utrecht: Universiteit Utrecht, Faculteit der Letteren.

- Schriver, K.A. (1997)**, *Dynamics in document design. Creating texts for readers*. New York: Wiley.
- Steehouder, M. (1994)**, The quality of access: helping users find information in documentation. In: M.F. Steehouder et al. (eds.), *Quality of technical documentation*. Amsterdam, Atlanta: Rodopi, pp. 131-139.
- Vromen, N. & Overduin, M. (2000)**, Handleiding: de Titanic onder de gebruikersondersteuning? *Tekst[blad]*, 6 (1), pp. 42-46.
- Wright, P. (1981)**, 'The instructions clearly state...' Can't people read? *Applied ergonomics*, 12, pp. 131-141.
- Wright, P. (1988)**, The need for theories of NOT reading. Some psychological aspects of the human-computer interface. In: B. Elsendoorn & H. Bouma (eds). *Working models of human perception*. London: Academic Press, pp. 319-340.
- Wright, P., Creighton, P. & Threllfall, S.M. (1982)**, Some factors determining when instructions will be read. *Ergonomics*, 25, pp. 225-237.