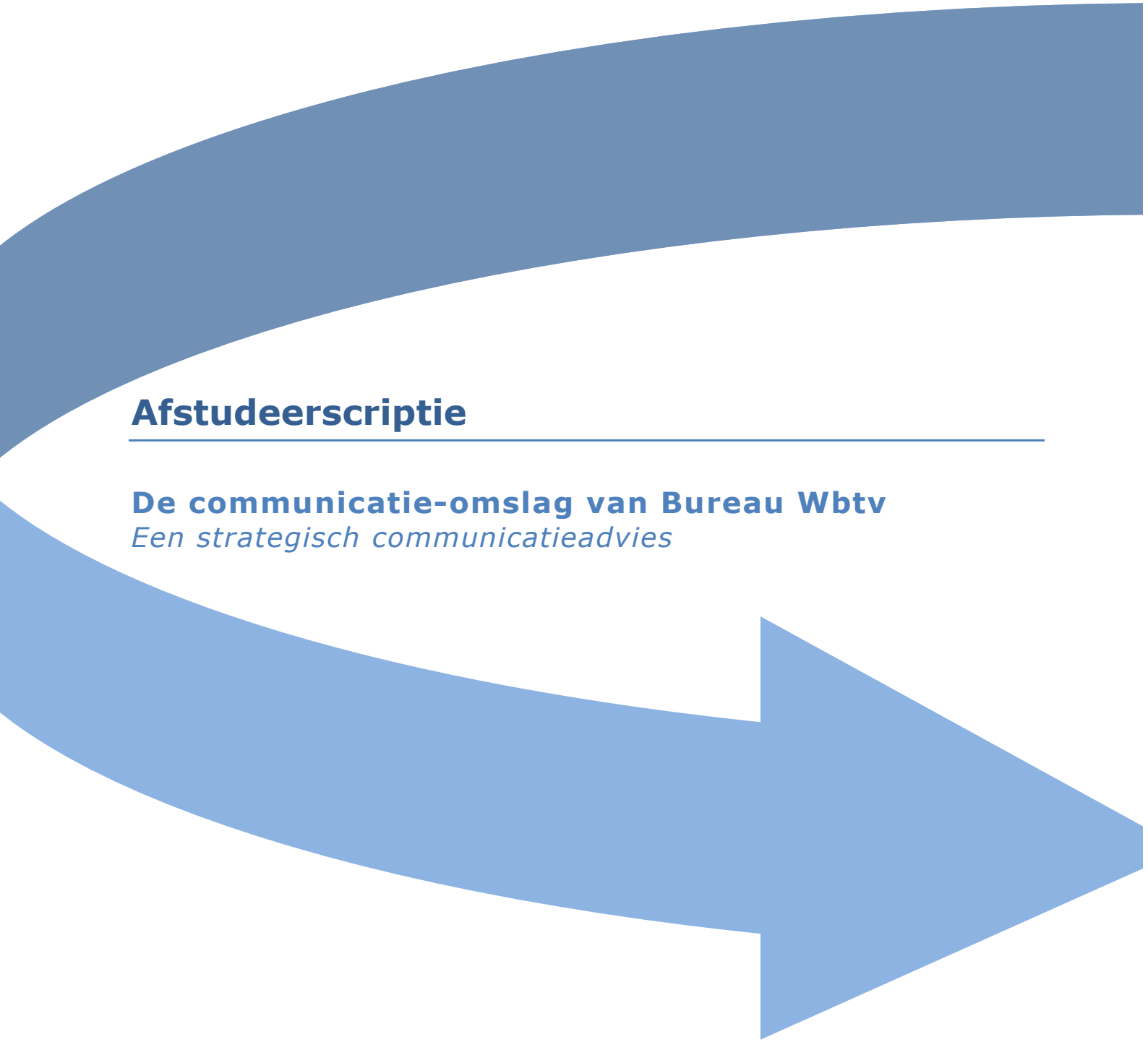




Afstudeerscriptie

De communicatie-omslag van Bureau Wbtv

Een strategisch communicatieadvies

Opleiding

Communicatiemanagement (voltijd)
Faculteit Communicatie en Journalistiek (FCJ)
Hogeschool Utrecht
Begeleidster: Annet Klarenbeek

**Opdrachtgever**

Raad voor Rechtsbijstand, Bureau Wbtv
Han von den Hoff, Anja van Baarsen en
Monique van Lierop

**Plaats**

Utrecht

Datum

4 juni 2012

Voorwoord

Voor u ligt een afstudeerrapport dat zich richt op de communicatie van Bureau Wbtv (Wet beëdigde tolken en vertalers), onderdeel van de Raad voor Rechtsbijstand in Utrecht. Uit een klanttevredenheidsonderzoek in april 2011 blijkt dat de ingeschreven tolken en vertalers tevreden zijn over de communicatiemiddelen van het bureau zoals de e-nieuwsbrief en de website. De gewenste effecten, gewenst door Bureau Wbtv blijven echter uit. Een extra onderzoek, met een daarbij behorend communicatieadvies was noodzakelijk om alsnog tot de kennis, houding en gedrag van de doelgroep: tolken en vertalers door te dringen.

Het schrijven van dit rapport is mede mogelijk gemaakt door Anja van Baarsen, communicatieadviseur bij de Raad. Ik dank haar voor haar communicatieve en creatieve begeleiding. Daarnaast wil ik Monique van Lierop, stafmedewerker Bureau Wbtv en Han von den Hoff, manager Bureau Wbtv bedanken voor de inhoudelijke ondersteuning tijdens dit afstudeerproject.

Het onderzoek was niet mogelijk geweest zonder de waardevolle bijdrage van tolken en vertalers. Daarom wil ik ook hen bedanken voor hun medewerking.

Naast de betrokkenen bij de Raad voor Rechtsbijstand, bedank ik, last but not least, mijn docentbegeleidster Annette Klarenbeek van de Hogeschool Utrecht. Zij stond mij tijdens dit afstudeerproject bij door al mijn vragen te beantwoorden, mijn werk kritisch te bekijken en mij alle feedback te geven die ik nodig had om tot dit eindresultaat te komen.

Ik wens u veel plezier bij het lezen van dit afstudeerrapport.

Nicolette van der Heide
Utrecht, 4 juni 2012

Afkortingen en terminologie

Dit rapport bevat een aantal specifieke afkortingen en begrippen. De meest voorkomende worden hieronder genoemd en verklaard.

Bureau Wbtv	: Bureau Wet beëdigde tolken en vertalers
Wbtv	: Wet beëdigde tolken en vertalers
Commissie btv	: Commissie beëdigde tolken en vertalers
Rbtv	: Register beëdigde tolken en vertalers
Uitwijklijst	: Een lijst waarbij men minder strenge voorwaarden hanteert dan bij het register (Rbtv)
PE	: permanente educatie
Vog	: Verklaring omtrent het gedrag
ERK	: Europees Referentiekader voor de talen
Wrb	: Wet op de Rechtsbijstand

 Ter ondersteuning van de tekst staan er in het rapport enkele citaten van tolken en vertalers.

Managementsamenvatting

Bureau Wbtv (Wet beëdigde tolken en vertalers), onderdeel van de Raad voor Rechtsbijstand in Utrecht, liet in april 2011 door het onderzoeksbureau Intomart een klanttevredenheidsonderzoek uitvoeren onder tolken en vertalers. Hieruit is gebleken dat de doelgroep (de tolken en vertalers) de voorwaarden van de Wet beëdigde tolken en vertalers (Wbtv) als lastig ervaart ten opzichte van de baten. Als gevolg hiervan heeft Bureau Wbtv een negatief imago opgelopen. Het bureau kan aan de wet, het beleid en de kosten niets veranderen. Met effectieve communicatie kan Bureau Wbtv echter wel invloed uitoefenen op de manier waarop de tolken en vertalers deze onderwerpen ervaren en bekijken. Het is duidelijk dat tolken en vertalers Wbtv niet zien als een bureau dat een waardevolle bijdrage kan leveren aan de uitvoering van hun taken. De centrale vraag van het onderzoek dat tot dit rapport heeft geleid, luidt dan ook:

'Hoe kan Bureau Wbtv via communicatie het belang van de Wbtv benadrukken onder tolken en vertalers?'

Dit rapport wordt afgesloten met een communicatieadvies, dat is gebaseerd op de conclusies van het onderzoek naar de huidige situatie van Bureau Wbtv in relatie tot de doelgroep. Deskresearch, een discoursanalyse, een enquête en tot slot twee focusgroepen bieden deze inzichten.

Afstand

Het communicatieprobleem tussen Bureau Wbtv enerzijds en tolken en vertalers anderzijds schuilt niet zozeer in het type communicatiemiddelen, maar de invulling daarvan. De informatie die Bureau Wbtv uitzendt is niet voldoende afgestemd op de doelgroep, met als gevolg een groep van personen die de wet en Bureau Wbtv niet begrijpen. De verwachtingen van de doelgroep en die van Bureau Wbtv komen niet overeen. Daardoor ontstaat dissonantie tussen deze twee partijen.

Sommige tolken/vertalers zien het bureau als kenniscentrum. De voorwaarde om aan permanente educatie te doen levert verwarring op, vanwege de onduidelijke voordelen en inzetbaarheid. Het taalgebruik van het bureau levert een probleem op in de communicatie met de doelgroep. Enquêterespondenten geven weliswaar aan tevreden te zijn over het taalgebruik van Bureau Wbtv, maar focusgroepsleden vinden dit taalgebruik juist lastig en onduidelijk. Dat duidt op een discrepantie tussen deze twee onderzoeksresultaten. Enquêterespondenten en leden van de focusgroepen staan diametraal tegenover elkaar in hun perceptie van het taalgebruik van het Bureau Wbtv. De focusgroepsleden geven een duidelijk signaal door hun ontevredenheid zo expliciet te melden. Het is daarom belangrijk om dit mee te nemen in het advies.

De communicatie van Bureau Wbtv heeft in de ideale situatie een positieve werking op de kennis, de houding en het gedrag van de doelgroep, met als gevolg: gekwalificeerde en professionele tolken en vertalers.

Kernadvies: Profileren als waardevolle instantie

Bureau Wbtv kan zich beter profileren als waardevolle instantie, die de professionele standaard van tolken en vertalers helpt te handhaven. Het advies is om te kiezen voor een tweezijdige positionering, waarbij Bureau Wbtv zowel de informatie als de waarden (wat is belangrijk bij het werk?) van de doelgroep inzet om het doel te bereiken. De professionaliteit krijgt een gezicht en de boodschap een betekenis. Deze profilering is door de volgende drie adviezen te verwezenlijken.

Deeladvies 1: Aansluiten bij de doelgroep

Om goed te communiceren is en blijft het noodzakelijk om te denken: 'met wie communiceer ik?' en vanuit dat perspectief verder te gaan. In de focusgroep geeft men aan het taalgebruik van het bureau als 'moeilijk' te ervaren. Om die reden is het advies het 'klare taal'-beleid meer toe te passen, zodat de teksten van het bureau niet alleen goed leesbaar worden, maar ook begrijpelijk.

Deeladvies 2: Reframing van de waargenomen werkelijkheid

Door reframing toe te passen, geef je de doelgroep een positieve interpretatie van de werkelijkheid. Dat wil zeggen: zaken anders verwoorden, zodat je als organisatie de houding ten opzichte van Bureau Wbtv en de wet beïnvloedt. Bij succesvolle reframing wordt het gedrag zo veranderd, dat men zich aan alle voorwaarden houdt, met professioneel gedrag als gevolg.

Deeladvies 3: Interactief communiceren

Het advies aan Bureau Wbtv is om tolken en vertalers meer te betrekken in het communicatieverbeteringsproces, om zo meer draagvlak te creëren. Dit versterkt niet alleen de relatie tussen het bureau en de doelgroep, maar heeft ook een positieve invloed op het bereiken van de communicatiedoelstellingen, omdat men het proces van dichtbij (bewust) meemaakt.

Inhoud

1. Inleiding: van nood naar nut	8.
1.1 Aanleiding: noodzakelijk kwaad	8.
1.2 Probleemstelling	9.
1.3 Centrale vraag	9.
1.4 Deelvragen	9.
1.5 Raad voor Rechtsbijstand	10.
1.6 Bureau Wet beëdigde tolken en vertalers	10.
1.7 Gewenste situatie	12.
1.7.1 Communicatiedoelstellingen	12.
1.7.2 Theorie van gepland gedrag	13.
1.7.3 Samengevatte gewenste situatie	14.
1.8 Onderzoeksvraag en methoden	14.
1.9 Opbouw van het rapport	14.
2. Het onderzoek onder tolken en vertalers	15.
2.1 Ingeschreven tolken en vertalers	15.
2.2 Onderzoek	15.
2.3 Deskresearch	15.
2.3.1 Discoursanalyse	16.
2.4 Focusgroepsbijeenkomsten	16.
2.5 Internetenquête	17.
2.6 Samengevatte onderzoeksmethoden	18.
3. Analyse onderzoeksresultaten	19.
3.1 Deskresearch	19.
3.2 Discoursanalyse	21.
3.3 Enquête	22.
3.4 Focusgroepen	26.
3.5 Samengevatte onderzoeksresultaten	28.
4. Conclusies	29.
4.1 Verwachtingen managen	29.
4.2 Overlap	29.
4.3 Dissonantie	30.
4.4 Perceptie van tolken en vertalers	30.
4.5 Implicaties en beperkingen	31.
5. Communicatieadvies	33.
5.1 Adviezen	33.
5.1.1 Profileren als waardevolle instantie	33.
5.1.2 Eenduidig communiceren	34.
5.1.3 Reframing van de gepercipieerde werkelijkheid	34.
5.1.4 Interactief communiceren	36.
5.2 Samengevat advies	37.
6. Communicatieplan	38.
6.1 Strategie	38.
6.2 Propositie	39.
6.3 Methoden en middelen	40.
6.3.1 Brochure	40.
6.3.2 Website	40.
6.3.3 E-nieuwsbrief	41.
6.3.4 Bijeenkomsten	41.
6.3.5 Helpdesk	41.
6.4 Samengevat communicatieplan	42.
7. Evaluatie	43.

8. Bronvermelding	44.
8.1 Literatuur	44.
8.2 Internet	44.
Bijlage 1: De Raad voor Rechtsbijstand	46.
1.1 Onderdelen van de Raad	48.
1.2 Organisatiestructuur	49.
1.3 Missie en visie	50.
1.4 Huidig communicatiebeleid Bureau Wbtv	51.
1.5 Klare taal bij de Raad	53.
1.6 Klare taal vertaallijst	54.
1.7 Omgeving van Bureau Wbtv	55.
Bijlage 2: Onderzoek	57.
2.1 Doelgroep	57.
2.2 Enquêtevragen	58.
2.3 Grafieken enquête	64.
2.4 Analyse open antwoorden	99.
2.5 Vergelijken van resultaten	100.
2.6 Representativiteit van kwantitatief onderzoek	105.
2.7 Inhoud focusgroepsbijeenkomst	106.
2.8 Focusgroepsbijeenkomst samenvatting	107.
2.9 Discoursanalyse	111.
Bijlage 3: Communicatieplan	119.
3.1 Budget	119.
3.2 Tijdsplan en activiteitenplanning	120.

1. Inleiding: van nood naar nut

Deze inleiding schetst een beeld van het communicatieprobleem van Bureau Wet beëdigde tolken en vertalers (Bureau Wbtv), onderdeel van de Raad voor Rechtsbijstand. De problematische communicatie vormt de aanleiding tot het uitbrengen van dit adviesrapport.

De vraag naar dit rapport komt voort uit eerder onderzoek en de veronderstelling vanuit Bureau Wbtv dat tolken en vertalers een nog onvoldoende professionele houding hebben. Naast een beschrijving van het communicatieprobleem, van de Raad, Bureau Wbtv en de door het bureau gewenste situatie bevat dit hoofdstuk de opbouw van het rapport. De inhoudelijke kern van het rapport bestaat uit het verslag van het onderzoek (met name de analyse van de onderzoeksresultaten) en de daaruit voortvloeiende communicatieadviezen voor Bureau Wbtv.

Aanleiding: noodzakelijk kwaad

In april 2011 heeft Bureau Wbtv in samenwerking met onderzoeksbureau Intomart een klanttevredenheidsonderzoek uitgevoerd. Hieruit blijkt dat de tolken en vertalers de dienstverlening van het bureau met een krappe voldoende beoordelen. De oorzaak hiervan ligt onder meer in de vele voorwaarden die het bureau stelt. De respondenten zijn van mening dat deze voorwaarden van de Wet beëdigde tolken en vertalers (Wbtv), ten opzichte van de baten, te veel inspanning vergen, waardoor het voor de tolken en vertalers minder aantrekkelijk wordt om ingeschreven te staan in het vakregister.

"Misschien hebben de medewerkers van Bureau Wbtv tijd over voor allerhande overbodige bureaucratische rompslomp, maar ik heb dat als zelfstandige zeker niet."

Toen in 2009 de Wet beëdigde tolken en vertalers werd geïntroduceerd, veranderde er veel voor tolken en vertalers. De wet vervangt het 'Kwaliteitsregister tolken en vertalers' (Ktv) uit 2001 en de Wet beëdigde vertalers uit 1878. "De toelatingseisen waren toen soepeler", geven de tolken en vertalers als reactie. Nu ziet de doelgroep nauwelijks nog voordelen in de wet en Bureau Wbtv. De inschrijfvoorwaarden en het traject dat zij daarna moeten doorlopen, zien zij als een last en een kostenpost. Het bureau heeft daardoor een negatief imago opgelopen. Men ziet het meer als een "noodzakelijk kwaad"¹ en niet als waardevolle bijdrage aan de inzet van professionele tolken en vertalers. Het is zeer belangrijk om de professionaliteit van deze beroepsgroep te bevorderen, vanwege de invloed op de Nederlandse rechtsgang. Wanneer een tolk of vertaler verkeerde informatie overbrengt, kan dat immers vergaande gevolgen hebben. Ter illustratie: een buitenlandse verdachte in een zaak geeft een verklaring in de rechtbank en een tolk vertaalt wat hij zegt, maar verwoordt het toch anders of geeft een eigen inkleuring van de verklaring. De uitspraak kan daardoor een andere uitkomst geven.

Verwarring door nieuwe wet

De tolken en vertalers geven in de onderzoeken die in dit rapport worden besproken, te kennen dat zij de wet en de werkwijze van Bureau Wbtv niet begrijpen. Bureau Wbtv communiceert regelmatig met de doelgroep, onder andere door digitale nieuwsbrieven te versturen en informatie op de website te plaatsen. Toch bereikt het bureau daarmee niet het gewenste gedrag: een betere inzet van gekwalificeerde en professionele tolken en/of vertalers. Met de invoering van de Wet beëdigde tolken en vertalers in 2009 wilde het ministerie van Veiligheid en Justitie de kwaliteit van tolken en vertalers waarborgen en

¹Intomart, anonieme respondent in het onderzoek, 2011

waar mogelijk vergroten. De doelgroep deelt deze perceptie niet, maar staat wel open voor een professionele houding, zonder aan de voorgeschreven voorwaarden te voldoen. De tolken en vertalers zien niet in dat deze voorwaarden bijdragen aan het einddoel (zie paragraaf 1.6 voor de voorwaarden).

De resultaten van onderzoeksbureau Intomart gaven aan dat er reden was voor verder onderzoek. Uit de analyse bleek dat de doelgroep tevreden was over de communicatiemiddelen, maar Bureau Wbtv heeft niettemin de gewenste situatie voor professionele tolken en vertalers niet behaald. Dit rapport neemt daarom de communicatie tussen Bureau Wbtv en de tolken en vertalers onder de loep.

1.2 Probleemstelling

‘Welke bijdrage kan communicatie leveren aan het verbeteren van de algemene tevredenheid onder tolken en vertalers over het contact met de organisatie?’

De communicatie tussen het Bureau Wbtv en de doelgroep laat te wensen over, in die zin dat de tolken/vertalers voornamelijk moeite hebben met de ontoegankelijkheid en de inefficiëntie (ook in het taalgebruik) van het bureau. Anderzijds veronderstelt Bureau Wbtv, dat in het Nederlandse rechtssysteem werkzame tolken en vertalers een (nog) onvoldoende professionele houding hebben.

1.3 Centrale vraag

De probleemstelling kan worden omgebogen tot de volgende centrale vraag:

‘Hoe kan Bureau Wbtv met behulp van communicatie de algemene tevredenheid onder tolken en vertalers over het contact met het bureau verbeteren en het belang van de wet benadrukken onder tolken en vertalers?’

Om de centrale vraag te beantwoorden, is het belangrijk om representatief onderzoek te doen onder de doelgroep. Een essentiële factor bij communiceren is ‘kennis van de doelgroep’; een communicatieadvies zonder onderzoek is immers niet valide. Zoals de communicatie-experts Lydia Jumelet en Iris Wassenaar schrijven in het boek Overheidscommunicatie (2003): “communicatieonderzoek levert waardevolle bouwstenen voor het praktische communicatiebeleid”².

1.4 Deelvragen

Het rapport geeft antwoord op de onderstaande deelvragen:

- 1) Wat zijn de communicatiedoelstellingen van Bureau Wbtv?
- 2) Willen de verschillende tolken en vertalers benaderd worden als twee aparte groepen? Zo ja, hoe?
- 3) Wat hebben de tolken en vertalers met elkaar gemeen?
- 4) In welke mate verschilt de ernst van het probleem per cultuur/afkomst?
- 5) Hoe communiceer je met een doelgroep met verschillende religies en culturen³?
- 6) Welke communicatiestrategie zorgt ervoor dat de communicatie van Bureau Wbtv naar de tolken en vertalers effectiever wordt?

² Wassenaar, I en Jumelet J. 2003, p. 23.

³ Cultuur is een evoluerend systeem van waarden, normen en leefregels. Pinto, D. 2007, p. 28.

1.5 Raad voor Rechtsbijstand

Bureau Wbtv is onderdeel van de Raad voor Rechtsbijstand (de Raad). De Raad is een zelfstandig bestuursorgaan dat overheidstaken uitvoert voor het ministerie van Veiligheid en Justitie.⁴ Op basis van de Wet op de Rechtsbijstand (Wrb) subsidieert de Raad rechtsbijstand in Nederland. De Raad heeft diverse organisatieonderdelen die andere wettelijke taken uitvoeren: Bureau Wsnp, Asiel en het onderdeel dat in dit rapport de communicatieve aandacht vereist: 'Bureau Wbtv'. Op pagina 46 en 47 van de bijlagen staat een meer uitgebreide omschrijving van de Raad en de bijhorende organisatiestructuur. De Raad subsidieert het Juridisch Loket om burgers met juridische vraagstukken te ondersteunen.

1.6 Bureau Wet beëdigde tolken en vertalers

In 2009 gaf de minister van Veiligheid en Justitie Bureau Wbtv de opdracht om de Wet beëdigde tolken en vertalers (Wbtv) uit te voeren. Deze wet verplicht justitieafnemers zoals de politie, om in het kader van het straf- en vreemdelingenrecht een tolk of vertaler uit het Register beëdigde tolken en vertalers (Rbtv) in te zetten. Als er geen beëdigde tolk of vertaler beschikbaar is, mag de justitieafnemer afwijken van de afnameplicht. De afnemer kan dan kiezen voor een tolk of vertaler van de 'Uitwijklijst'. Tolken en vertalers op deze lijst voldoen niet aan de eisen van het register, maar wel aan de lagere eisen van de Uitwijklijst. Zo hebben zij een Verklaring omtrent het gedrag (Vog) nodig en moeten zij o.a. aantoonbaar over havo-/mbo-werk- en denkniveau beschikken. Daarnaast moeten zij de talen waarop het verzoek betrekking heeft op ten minste B2-niveau van het Europees referentiekader voor de talen (ERK) beheersen. Dit referentiekader is een Europees instrument om taalniveaus met elkaar te vergelijken. B2-niveau houdt in dat de tolk en vertaler een verhaal zelf kan onderbouwen en daarbij een mening formeel of informeel kan overbrengen.

Naast deze voorwaarden heeft de desbetreffende tolk/vertaler minstens 20 tolk- en/of vertaalopdrachten verricht en moet deze acht punten halen op basis van de claims uit het 'Besluit Uitwijklijst Wbtv'. Een aantal voorbeelden van claims op basis waarvan punten kunnen worden behaald, zijn: middelbaar/hoger onderwijs in de bron- en/of doeltaal, een taalstudie, werkervaring anders dan tolk-/vertaalwerkzaamheden en een (deel)certificaat van een tolk- of vertaalopleiding.

Inschrijfvoorwaarden register

Voor de inschrijving in het register moet een tolk of vertaler in het bezit zijn van een hbo-diploma van een tolk-en/of vertaalopleiding. Als dit niet beschikbaar is voor de taal waarin de tolk of vertaler werkt, kan de tolk/vertaler aan andere wettelijke competenties voldoen, zoals:

- een getuigschrift van een met succes afgelegde tolk-/vertaaltoets;
- een diploma van van de SIGV-cursus Gerechtstolken in Strafzaken of Juridisch Vertaler (Stichting Instituut voor Gerechtstolken en Vertalers);
- een certificaat van een volledig afgesloten 'Kernteamtraject';
- een positief advies van de Commissie btw. Deze commissie bestaat uit deskundigen op tolk-/vertaalgebied die Bureau Wbtv advies geven bij inschrijfverzoeken.

Tolken en vertalers die in het Register beëdigde tolken en vertalers staan ingeschreven of op de Uitwijklijst zijn geplaatst, hebben een wettelijke bijscholingsverplichting. Die houdt in dat tolken en vertalers, om voor verlenging van de inschrijving in aanmerking te kunnen komen, onder andere vóór de datum van eindiging van de inschrijving of plaatsing een bepaald aantal permanente-educatiepunten behaald hebben. Bijscholing is noodzakelijk om het beroep van tolk/vertaler goed te kunnen uitoefenen. Het is belangrijk om kennis en vaardigheden op peil te houden en uit te breiden. Eigen kennis veroudert en door bijscholing kan men nieuwe competenties verwerven en de ontwikkelingen op tolk- en vertaalgebied bijhouden.

⁴ www.rvr.org, verkregen op 25 november 2012.

Het komt niet alleen de persoonlijke ontwikkeling van individuele tolk/vertaler ten goede, maar ook de professionalisering van de hele sector. Bovendien kunnen tolken en vertalers zich door bijscholing onderscheiden van de concurrentie en biedt bijscholing meerwaarde aan opdrachtgevers.

"Het zou prettig zijn als Bureau Wbtv eens per jaar een mail stuurt naar vertalers en tolken met meer informatie over hun PE-punten."

Tolken en vertalers die niet aan hun PE-plicht hebben voldaan en geen verzoek tot uitstel of vrijstelling hebben ingediend, kunnen niet eerder een verzoek tot verlenging indienen totdat zij aantoonbaar aan hun PE-verplichting hebben voldaan. Met het bewijs van inschrijving dat de in het register ingeschreven tolk/vertaler van Bureau Wbtv ontvangt, moet hij/zij een verzoek tot beëdiging indienen bij de rechtbank waaronder zijn/haar woonplaats valt. Tolken en vertalers moeten binnen twee maanden na de datum van inschrijving in het register beëdigd worden. Wanneer dit niet gebeurt, kan Bureau Wbtv besluiten deze tolk of vertaler uit te schrijven.

Wat doet Bureau Wbtv?

Het bureau beheert en onderhoudt het register en de Uitwijklijst, ontwikkelt beleid rond uitvoeringsaspecten van de wet, adviseert over toekomstige ontwikkelingen om de kwaliteit van tolken en vertalen (in het justitiedomein) verder te versterken, behandelt klachten die worden ingediend over tolken en vertalers die in het register op of de Uitwijklijst staan, wijst opleidingen aan in het kader van permanente educatie, geeft legitimatiepassen en bewijzen van inschrijving ten behoeve van de beëdiging door de rechtbanken uit en geeft voorlichting over de werking van de wet via brochures, een internetsite en (digitale) nieuwsbrieven.

Verder communiceert het bureau over de werking van de wet met partijen uit de tolk-en vertaalbranche. Zoals opleidingsinstituten, branche- en beroepsorganisaties, afnemers van tolk- en vertaaldiensten, bemiddelaars in tolk- en vertaaldiensten en het ministerie van Veiligheid en Justitie. Bureau Wbtv neemt bij deze werkzaamheden te allen tijde de behoeften van tolken en vertalers in acht⁵. Bureau Wbtv bemant daarnaast een helpdesk waar vooral tolken, vertalers en hun afnemers vragen voorleggen over de wet, de opleidingsmogelijkheden en inschrijving in het register.

Communiceren

Het bureau communiceert met diverse partijen, maar tolken en vertalers vormen de grootste doelgroep. Om die reden wil Bureau Wbtv deze personen zo goed mogelijk informeren. Dit doet Bureau Wbtv via verschillende communicatiemiddelen.

Figuur 1.1. Communicatiemiddelen⁶



⁵ www.bureaubtv.nl, verkregen op 11 november 2011.

⁶ De communicatiemiddelen zijn in verschillende groottes weergegeven om aan te geven in hoeverre deze gebruikt worden door Bureau Wbtv. De website, e-nieuwsbrief, mailings en brieven spelen de hoofdrol in de communicatie van Bureau Wbtv.

1.7 Gewenste situatie

Wat wil Bureau Wbtv met zijn communicatie op de lange termijn bereiken? Hieronder staan diverse communicatiedoelstellingen geformuleerd op kennis-, houdings- en gedragsniveau. Bureau Wbtv heeft een belangrijk einddoel: **het ondersteunen van professionele tolken en vertalers**.

Voordat Bureau Wbtv zijn communicatie drastisch verandert, moeten er eerst heldere communicatiedoelstellingen geformuleerd worden. Doelen bepalen is belangrijk, omdat Bureau Wbtv daardoor tijdens het communicatieproces terug kan grijpen naar het aanvankelijke streven en dat niet uit het oog verliest. De doelstellingen liggen ten grondslag aan de communicatiestrategieën en het communicatieplan in hoofdstuk 5 en 6. Deze adviezen zorgen voor consistentie in de communicatie-uitingen van Bureau Wbtv.

De doelen zijn niet SMART⁷ geformuleerd, vanwege de talloze subdoelen die daaruit voort zouden vloeien. Bureau Wbtv heeft vele wensen wat betreft de inschrijving, de permanente educatie, de beëdiging etc. Deze onderdelen zijn zo complex door de Wet beëdigde tolken en vertalers. Daarnaast helpt 'SMART formuleren' alleen als er al cijfers bekend zijn over het gewenste doel. Alleen dan kun je specifiek, meetbaar, acceptabel, realistisch en tijdsgebonden beschrijven wat je als bureau wilt bereiken.

Een lange lijst met doelen maakt het voor Bureau Wbtv eerder onduidelijk dan helder. Om die reden richt dit hoofdstuk zich vooral op één hoofddoel: 'een professionele beroepshouding en -uitoefening van tolken en vertalers'.

1.7.1 Communicatiedoelstellingen

In de communicatiewereld spreekt men vaak van doelstellingen in termen van kennis, houding en gedrag. Deze termen geven aan wat je op deze niveaus wilt veranderen bij de doelgroep. Bij 'kennis' gaat het om het informeren van de personen, bij 'houding' om het beïnvloeden van een mening en tot slot: 'gedrag'. Gedrag is het meest belangrijk voor Bureau Wbtv, omdat tolken en vertalers ander gedrag moeten gaan vertonen. Kennis en houding zijn vooralsnog heel belangrijke schakels. Zonder deze twee is gedragsverandering onmogelijk. Je moet immers eerst ergens kennis van nemen en daarbij iets voelen, voordat veranderingen kunnen plaatsvinden.

Bureau Wbtv wil uiteindelijk professionele tolken en vertalers in het register hebben staan; dit is het doel van de wet. Naast het hoofddoel is er ook nog een aantal subdoelen. Deze staan in het volgende schema in volgorde van kennis, houding en gedrag. In paragraaf 1.4 staan de deelvragen benoemd, met daarin de vraag 'Wat zijn de communicatiedoelstellingen van Bureau Wbtv?' Hieronder wordt hier invulling aan gegeven.

Kennis (cognitief)	• Tolken en vertalers kennen de wet (Wbtv). • Tolken en vertalers weten dat Bureau Wbtv de wet uitvoert en daarbij o.a. het register en de Uitwijklijst beheert en onderhoudt. • Tolken en vertalers kennen de voorwaarden uit de wet (zoals: permanente educatie en beëdiging).
-------------------------------	--

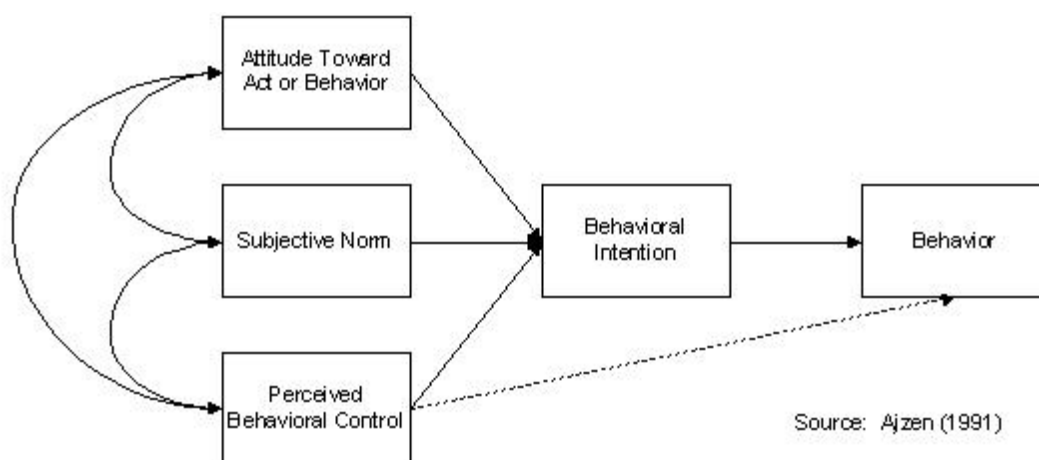
⁷ Een SMART-formulering beschrijft een doelstelling: specifiek, meetbaar, acceptabel, resultaatgericht en tijdsgebonden. <http://www.twynstraguddekennisbank.nl>, verkregen op 2 januari 2012.

	• Tolken en vertalers kennen de voordelen van inschrijving in het register en plaatsing op de Uitwijkljst.
Houding (affectief)	• Tolken en vertalers staan positief tegenover het bestaan van de wet en Bureau Wbtv. • Tolken en vertalers ervaren Bureau Wbtv als een waardevolle instantie, die de professionele standaard helpt te handhaven binnen het vakgebied.
Gedrag (conatief)	• Tolken en vertalers voldoen aan alle voorwaarden die de wet voorschrijft. • Tolken en vertalers gedragen en ontwikkelen zich als professionele vakbeoefenaars in contact met: Bureau Wbtv, opdracht- en werkgevers, bemiddelaars, gesprekspartijen, de Commissie voor bezwaar en de Klachtencommissie Wbtv.

1.7.2 Theorie van gepland gedrag

De theorie voor gepland gedrag van Ajzen en Madden (1986) geeft aan dat het niet alleen om de kennis, houding en het gedrag van de doelgroep ligt of deze een bepaald gedrag vertoont. Voordat de doelgroep de intentie heeft om haar gedrag te veranderen, overweegt zij aan de hand van drie onderdelen of zij het gedrag gaat veranderen.

Figuur 4.1 Theorie van gepland gedrag (Bron: Ajzen en Madden, 1975)



Een attitude is de houding ten opzichte van het gedrag. De mening van anderen weegt daarnaast ook mee in de beslissing; dit noemen Ajzen en Madden de 'subjectieve norm'. Naast deze factoren vraagt de doelgroep zich ook af hoeveel moeite het kost om tot het gewenste gedrag te komen en of die hiertoe in staat is. Dit noemen Ajzen en Madden de 'eigen effectiviteit', in het schema aangegeven als 'perceived behavioral control'. Nadat deze stappen goed zijn doorlopen, komt de doelgroep tot een intentie. Het plan ligt klaar om ander gedrag te vertonen. Deze intentie zet men om in het gewenste gedrag, namelijk dat tolken en vertalers aan alle voorwaarden voldoen en zich zo als professionele tolken en vertalers gedragen en ontwikkelen. In figuur 4.1 staan deze stappen schematisch weergegeven.

1.7.3 Samengevatte gewenste situatie

Het is de bedoeling dat de communicatie van Bureau Wbtv een positieve invloed heeft op de kennis, de houding en het gedrag van de doelgroep. Met als gevolg dat de kwaliteit van tolken en vertalers verbetert en dat de inzet van gekwalificeerde tolken en vertalers wordt versterkt. Zonder de drie overwegingen van Azjen & Madden in acht te nemen, is dat een moeilijk bereikbaar doel. Een houding ten opzichte van het gedrag, de subjectieve norm en de eigen effectiviteit (perceived behavioral control) hebben alle drie invloed op de daadwerkelijke uitkomst.

1.8 Onderzoeksvraag en methoden

Omdat tolken en vertalers samen een diverse doelgroep vormen, kan miscommunicatie op allerlei momenten voorkomen. Om die reden is het belangrijk om te achterhalen wat de doelgroep vindt van de communicatie van Bureau Wbtv. Om deze vraag te beantwoorden zijn er vier onderzoeksmethoden toegepast, op zowel kwalitatief als kwantitatief niveau. Deskresearch, discoursanalyse, internetenquête en twee focusgroepen vormden samen een onderzoek naar een antwoord op de volgende vraag:

‘Hoe waarderen tolken en vertalers de communicatie van Bureau Wbtv?’

1.9 Opbouw van het rapport

Alle onderdelen van dit rapport leiden tot het beantwoorden van de centrale vraag. In hoofdstuk twee begint het daarom met de onderzoeksmethoden en de bijbehorende theorieën. In hoofdstuk 3 worden de onderzoeksmethoden en resultaten geanalyseerd om de ‘huidige situatie’ te verscherpen. Het verschil tussen de huidige en de gewenste situatie laat zien hoe groot de afstand is, de conclusie. De daarop volgende hoofdstukken bevatten het advies en het communicatieplan voor Bureau Wbtv.

In de bijlagen staat aanvullende informatie over de Raad voor Rechtsbijstand, de onderzoeksresultaten, deskresearch, discoursanalyse en de focusgroepsbijeenkomsten.

2. Het onderzoek onder tolken en vertalers

In dit hoofdstuk wordt de communicatiedoelgroep 'ingeschreven tolken en vertalers' beschreven, waarna de onderzoeksmethoden: deskresearch, discoursanalyse, focusgroepen en de enquête aan bod komen. Gedurende het onderzoek staat de doelgroep centraal in zowel het kwalitatieve als het kwantitatieve deel, om zo een representatief beeld te schetsen van de huidige situatie.

2.1 Ingeschreven tolken en vertalers

Het onderzoek richt zich op tolken en vertalers die staan ingeschreven in het register en die op de 'Uitwijklijst' zijn geplaatst. In hoofdstuk 1 staat een korte beschrijving van de voordelen die men als ingeschreven tolk of vertaler ervaart. Personen in het register worden bij voorkeur ingezet in straf- en vreemdelingenzaken. Als er niemand beschikbaar is uit het register, kunnen de instanties met een afnameplicht een andere persoon inzetten, bijvoorbeeld iemand van de 'Uitwijklijst'.

Uit de gegevens van Bureau Wbtv blijkt dat er van de 3.676 ingeschreven personen, bijna 3.000 als vertaler werkzaam zijn. Vergeleken met het aantal ingeschreven tolken ligt het aantal ingeschreven vertalers zichtbaar een stuk hoger. Eén persoon kan meerdere inschrijvingen hebben, bijv. tolk én vertaler of als vertaler voor meerdere vertaalrichtingen. Het register en de Uitwijklijst bevatten op 15 december 2011 in totaal 2.220 inschrijvingen als tolk in 20 bron- en 111 doeltalen. Het aantal inschrijvingen als vertaler bedraagt 7.405 in 89 bron- en 90 doeltalen. Daarnaast is opvallend dat er in de doelgroep meer vrouwen dan mannen zijn. Van de in totaal 3.676 tolken en vertalers zijn er maar 1.152 mannen.

2.2 Onderzoek

Om de onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden, is het van belang om een variatie aan onderzoeksmethoden in te zetten. De onderzoeksvraag is: **'Hoe waarden tolken en vertalers de communicatie van Bureau Wbtv?'** Door deze onderzoeksaanpak is het mogelijk om een volledig beeld te creëren van de huidige situatie. De eerst gehanteerde onderzoeksmethode is explorerend onderzoek, ofwel: deskresearch. Een vorm van onderzoek waarbij er al ideeën en verbanden zijn, maar nog geen duidelijke hypothesen. Het onderzoek van Intomart van april 2011 vormt de basis en aanleiding van dit rapport. Intomart gaf aan dat tolken en vertalers de communicatieve dienstverlening van Bureau Wbtv met een krappe voldoende beoordelen. Het onderzoek reikte niet verder dan deze conclusie. Om hier meer verdieping aan te geven, volgen de onderstaande onderzoeken.

Bij de onderzoeksvraag hoort een reeks van deelvragen die beantwoord worden in het rapport en vooral ook door de onderzoeksresultaten (zie deelvragen hoofdstuk 1).

2.3 Deskresearch

Bij het schrijven van een advies, is kennis van de organisatie een kritieke succesfactor. Een gedegen advies is pas mogelijk en toepasbaar als naast kennis over de doelgroep, de omgeving, het probleem en de aanleiding, ook de organisatie scherp in beeld is. Om al deze onderdelen tot in detail te kennen, maakt men vaak gebruik van deskresearch. Dit is een onderzoekstechniek waarbij bestaande bronnen gebruikt worden. Zoals het internet, literatuur en voorgaande onderzoeken. Deze methode zorgt voor theoretische verdieping in het onderwerp en helpt bij het vinden van nieuwe inzichtelijke kennis.⁸

Het gaat bij deskresearch vooral om interne en externe gegevens. De Raad en Bureau Wbtv zijn daarbij belangrijke informatiebronnen. In de communicatiemiddelen van Bureau Wbtv, zoals de website en de e-nieuwsbrief, staan gegevens over de wet en hoe het bureau deze uitvoert. Naast deze informatie speelt theoretische kennis een grote rol bij de betrouwbaarheid van het geschreven woord en de onderbouwing daarvan.

⁸ Labyrint onderzoeksbureau, 2012.

2.3.1 Discoursanalyse

Bestaande en onbevangen reacties van tolken en vertalers spelen een rol bij de doelgroepanalyse. Daarom zijn ontvangen e-mails onderdeel van de deskresearch. In 1992 introduceerden Edwards en Potter een discursieve psychologie die in onderzoeken als 'discursieve gespreksanalyse' wordt toegepast. Deze techniek toont aan hoe de sociale verhoudingen, taal en identiteiten binnen de groep liggen en maakt het mogelijk om categorieën, thema's, ideeën, opvattingen en rollen te identificeren.

Bij dit onderzoek wordt de discursieve methode ingezet om verschillen tussen de uitspraken op te sporen. De schrijfstijl en toon in een e-mail zeggen veel over de houding en stelling van de doelgroep. Ter ondersteuning van het kwalitatieve onderzoek zijn vijf e-mails van tolken en vertalers geanalyseerd vanuit het perspectief van de ontvanger (zie bijlage, p. 110)⁹. Deze e-mails geven een indicatie van de denkwijzen en de manier waarop tolken en vertalers communiceren. Door op een normatieve (toon) en een descriptieve (beschrijvende) manier te beschrijven wat je ziet, is het mogelijk om in de tekst taalconstructies en patronen te herkennen.

2.4 Focusgroepsbijeenkomsten

Om alle opinies van de doelgroep te horen, werden uit de doelgroep twee focusgroepen samengesteld. In twee bijeenkomsten van beide groepen lichtten tolken en vertalers hun mening nader toe aan de hand van de enquêteresultaten (par. 2.5). Via twee groeps-gesprekken met zes tolken en vertalers, startte de discussie na een aantal stellingen.

Groepsgesprekken zijn vooral geschikt bij doelgroepenonderzoek waarin opinies, belevingen, associaties en barrières duidelijk worden. Door deze methode in te zetten, is het mogelijk om rechtstreeks te communiceren en door te vragen bij overduidelijke knelpunten.

Naast de verbale uitkomsten, leveren ook de non-verbale uitingen extra informatie op. Psycholoog Albert Mehrabian dacht na zijn onderzoek in 1971 zelfs dat 93 procent van communicatie, non-verbaal is. Dit blijkt na recenter onderzoek toch iets genuanceerder te liggen. Het ligt aan de individuele situatie binnen een gesprek; daarom is het lastig om dit in percentages uit te drukken. Toch speelt non-verbaliteit een grote rol in de communicatie. Een gezichtsuitdrukking kan een boodschap weergeven die niet door woorden wordt ondersteund. Een gesproken zin geeft weer wat de spreker wil delen, maar vervolgens geven de lichamelijke gebaren de doorslag, een bevestiging of een afwijzing.

Perspectiefverschuiving

Door gebruik te maken van een focusgroep, worden de gespreksonderwerpen niet zozeer aangedragen door de onderzoeker, maar meer door de doelgroep. Er treedt een perspectiefverschuiving op, omdat de deelnemers eerst een enquête hebben ingevuld. Aan de hand van die resultaten brengt de onderzoeker stellingen naar voren, waarin men zelf mag aangeven waar de knelpunten schuilen. De focusgroepen geven een extra dimensie aan de rauwe onderzoeksresultaten. Het is wel degelijk van belang om meer lading te geven aan de cijfers.

Aanpak focusgroep

In het gesprek is de moderator een gespreksleider die taken heeft als deelnemers het woord geven en het groepsproces bewaken. Het is belangrijk dat de moderator de werkelijkheid niet vertekent, door zaken anders te interpreteren dan de respondenten bedoelen. Voordat het gesprek zich voordoet, richt een moderator zich op drie terreinen met behulp van het 'SIP-model'. Dit model staat voor structuur, inhoud en proces. Deze bieden samenhang bij de begeleiding van de focusgroepen. Hier gaat het dan vooral over het organisatorische deel: wat de deelnemers in de bijeenkomst bespreken en welke

⁹ Berg, H. 2004, Discours analyse

stadia er in het gesprek voorkomen. Over het laatste punt heeft de Amerikaanse psycholoog Bruce Tuckman in 1965 een artikel gepubliceerd. Volgens Tuckman verloopt een groepsproces in vijf fasen (zie figuur 2.1).

Figuur 2.1 Groepsfasen B. Tuckman

- 1.** Forming (kennismaken)
- 2.** Storming (ontdekken)
- 3.** Norming (aanvaarden)
- 4.** Performing (samenwerken)
- 5.** Mouning or adjouning (afscheid nemen)

Deze fasering gebruiken veel onderzoekers nog steeds als houvast bij bijeenkomsten, omdat dit model inzicht biedt in de ontwikkeling van een groep, welke verschijnselen er optreden en wat zich op bepaalde momenten manifesteert¹⁰. Tijdens de focusgroepen met tolken en vertalers is dit model van groot belang. Dit geeft namelijk aan in welke fase je bent beland en welke technieken je kunt inzetten om het gesprek op gang te houden. Op het gebied van timemanagement is het ook belangrijk om deze fasen in het achterhoofd te houden. Anderhalf uur vliegt zo voorbij en als de moderator het gesprek te lang bij één fase laat hangen, krijgen resterende fasen minder aandacht.

De deelnemers van de focusgroep geven 'collega'-tolken en vertalers een stem. De personen zijn geselecteerd naar verhouding van de doelgroep. De man/vrouwverdeling en de verdeling tolken/vertalers komen overeen met de populatiegegevens. Tijdens de groepsbijeenkomsten fungeerde de samensteller van dit rapport als moderator. Stafmedewerker van Bureau Wbtv, Monique van Lierop, was aanwezig voor inhoudelijke vragen en notuleerde belangrijke bevindingen.

2.5 Internetenquête

Naast kwalitatief onderzoek, is kwantitatief onderzoek even belangrijk om inzichten te krijgen in wat tolken en vertalers wel of niet willen. Zo is het mogelijk om cijfermatige gegevens te verzamelen en statistische gegevens te analyseren. Dit noemen onderzoekers een kwantitatieve analyse¹¹.

Een internetenquête heeft verschillende voordelen. Het is een relatief snelle manier van onderzoeken, waarbij de respondenten op eigen gelegenheid een enquête invullen. De gebruiksvriendelijkheid van een internetenquête heeft als gevolg dat de drempel om aan de enquête deel te nemen lager wordt dan een veld-enquête¹². Tijd en moeite spelen tegenwoordig een grote rol, bij een internetenquête neemt dit zo min mogelijk in beslag. Via een internetenquête beantwoordden tolken en vertalers vragen over de communicatie van Bureau Wbtv, evenals vragen ter aanvulling van de doelgroepgegevens. Kwantitatief onderzoek geeft inzicht in percentages en verhoudingen van de respondenten.

De hele populatie van 3.676 personen ontving de enquête. Bij een steekproef krijgt niet iedereen de kans om een opinie te delen. Dat is het voordeel van de hele populatie aanschrijven: iedereen heeft evenveel kans om de enquête in te vullen (zie enquêtevragen op p. 58. van de bijlagen).

¹⁰ Hentelaar, F en Ketelaar, P en Kooter, M. 2011, p.44

¹¹ Verhoeven, N. 2007, p. 201

¹² Leeuw de, E.D. 2010, p. 11

Bureau Wbtv geeft in één van de startgesprekken aan dat de doelgroep mogelijk zeer divers is in cultuur en afkomst. Om die reden bevat de enquête naast vragen over de communicatie van Bureau Wbtv ook twee vragen over religie en afkomst van de doelgroep, om op die manier te achterhalen of het probleem een interculturele achtergrond heeft.

De enquête is een opstap naar toekomstige onderzoeken. Respondenten kunnen zich aan het einde van de enquête aanmelden voor verder onderzoek, zoals het klantenpanel of de focusgroep. Een klantenpanel is een terugkerend onderzoek en de focusgroep is in dit geval specifiek gericht op de communicatie van Bureau Wbtv. Na aanmelding kan Bureau Wbtv het klantenpanel nogmaals inzetten als kennisbron.

2.6 Samengevatte onderzoeksmethodieken

Dit rapport leidt tot een communicatieadvies door eerst onderzoek te doen naar de huidige situatie van Bureau Wbtv in relatie tot de doelgroep.

Deskresearch legt een basis en van daaruit worden er vijf e-mails geanalyseerd. Het doel van deze analyse is om meer te leren over de doelgroep en dan vooral de inzichten, sociale verhoudingen, identiteiten en de manier waarop de doelgroep taal inzet.

Alle ingeschreven tolken en vertalers ontvingen een enquête waarin vragen worden gesteld om de oorzaak van het communicatieprobleem te achterhalen. Ligt dat probleem bij de doelgroep of bij Bureau Wbtv? Ter verdieping van de enquêteresultaten werden er twee focusgroepen georganiseerd. Deze leverden de inhoudelijke kennis van de doelgroep op het gebied van belevingen, opinies en opvattingen. Door deze vorm van onderzoeken kwamen de onderwerpen vanuit de deelnemers. Deelnemers vulden eerst een vragenlijst in en aan de hand daarvan kwamen knelpunten en onderwerpen naar voren die het gesprek domineerden.

3. Analyse onderzoeksresultaten

In dit hoofdstuk wordt beschreven hoe de onderzoeken in praktijk zijn gebracht en wat de resultaten waren. Het klanttevredenheidsonderzoek van april 2011, de discours-analyse van e-mails, de deskresearch, de internetenquête en de twee focusgroepen leidden tot meer informatie over de doelgroep. Ook staat in dit hoofdstuk beschreven welke perceptie de doelgroep heeft van Bureau Wbtv. Tot slot komen de communicatiemiddelen en de invulling daarvan aan de orde.

3.1 Deskresearch

Uit de termijnbewaking van Bureau Wbtv blijkt dat circa tien procent van de doelgroep niet op tijd zijn documenten opstuurt na aanmelding voor het register of de Uitwijklijst. Bij het behalen van de punten voor permanente educatie ligt het percentage dat de documenten niet (goed) opstuurt nog hoger (circa 35 procent)¹³. Het bureau communiceert dat de tolken en vertalers binnen de in de wet gestelde termijn van twee maanden beëdigd moeten zijn en pas dan beëdigde vertalingen mogen maken. Tientallen tolken en vertalers hebben zich na twee jaar nog niet laten beëdigen. Bureau Wbtv kan dan besluiten om diegenen uit het register of van de Uitwijklijst te halen.

In de inleiding van hoofdstuk 1 staat het onderzoek van Intomart genoemd. Uit dit onderzoek blijkt dat 87 procent van de respondenten ontevreden is over de duidelijkheid van de inschrijfcriteria, maar dat de tevredenheid over de communicatiemiddelen voldoende is. De folders, de e-nieuwsbrief en de website werden goed bevonden. De helpdesk werd niet als zodanig goed beoordeeld (3.1 op een schaal van 5).

Uit de prioriteitenanalyse die Intomart destijds heeft opgesteld, blijkt dat van de diverse dienstverleningsaspecten (helpdesk, website, nieuwsbrief, folders, het Rbtv) de helpdesk de meeste invloed heeft op de tevredenheid. Tegelijkertijd scoort deze wat lager dan gemiddeld. Intomart adviseerde om de helpdesk te verbeteren op het punt van bereikbaarheid. In februari 2011 heeft Bureau Wbtv de helpdesk uitgebreid door een extra medewerker in te zetten. Sinds dit jaar stelt Bureau Wbtv zich proactiever op, bijvoorbeeld door bij onduidelijkheden direct de telefoon te pakken. Als een tolk/vertaler de verkeerde stukken heeft opgestuurd, communiceren de Wbtv-medewerkers niet per brief of e-mail, maar bellen zij rechtstreeks met de desbetreffende tolk/vertaler. Bij Bureau Wbtv is dit fenomeen bekend als 'bellen en nabellen'. Op deze manier hoopt het bureau een snellere doorloop van bijvoorbeeld inschrijvingen te realiseren.

*"Misschien iets meer communicatief via de telefoon?
Maar verder is de communicatie goed!"*

Folders

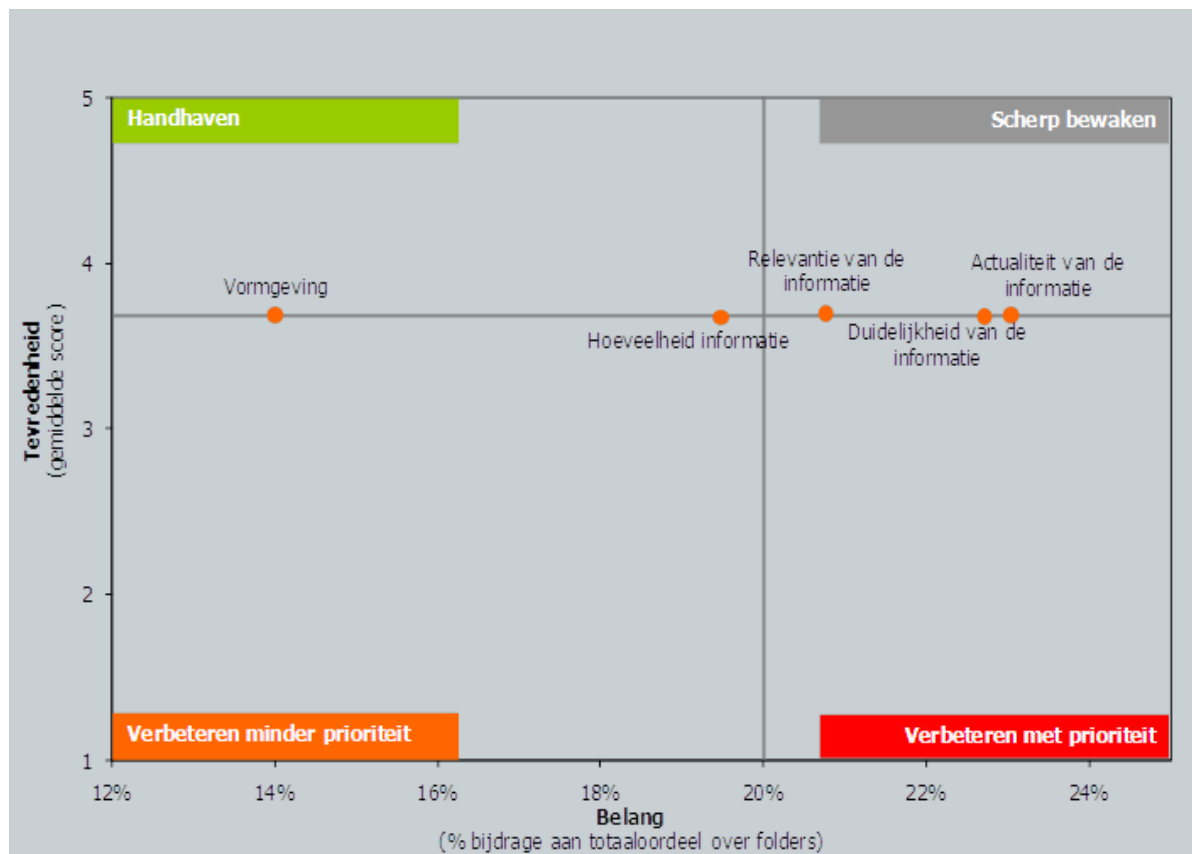
Intomart gaf in 2011 aan dat een meerderheid van de tolken en vertalers (61 procent) geen folder heeft gelezen. Bureau Wbtv heeft drie verschillende folders in de omloop. Twee daarvan zijn speciaal gericht op tolken en vertalers, één is gericht op de inschrijving en de verdere voorwaarden en de andere bevat de gedragscode waaraan men zich moet houden. De doelgroep ontvangt de folders direct na inschrijving. Verder worden de folders op de website als pdf-exemplaar beschikbaar gesteld.

De actualiteit, de duidelijkheid en de relevantie van de informatie bleken belangrijke factoren in de algemene tevredenheid over de folders.

¹³ Stafmedewerker Monique van Lierop. 2012.

Intomart adviseerde om het bereik van de folders te vergroten. Naar aanleiding van dit advies zijn er echter geen veranderingen doorgevoerd op het gebied van het informatiemateriaal. In figuur 3.1 is te zien dat bureau Intomart drie belangrijke factoren aanwijst die aandacht behoeven: de relevantie, de actualiteit en de duidelijkheid van de informatie.

Figuur 3.1 Matrix communicatiemiddel: folder (bron: Onderzoeksbureau Intomart)



'Klare taal'

Sinds 2009 voert de Raad Rechtsbijstand een taalbeleid dat medewerkers moet stimuleren om in heldere taal te schrijven. Door 'klare taal' te hanteren, moeten alle medewerkers begrijpelijk, duidelijk, helder, eerlijk en toegankelijk communiceren. De Raad wil hierdoor efficiënte communicatie met klanten en partners bewerkstelligen en misverstanden voorkomen. Ter ondersteuning van dit beleid heeft de Raad een vertaallijst beschikbaar gesteld met moeilijke woorden en een daarbij behorend leesbaar alternatief (zie bijlage voor klare taal, p. 53 en 54).

Bij het analyseren van de communicatie-uitingen van Bureau Wbtv is gebleken dat het bureau deze schrijftechniek nog niet voldoende toepast. Op de website gebruikt het bureau vaak weinig tot nietszeggende tussenkopjes, onduidelijke woorden, lijdende vormen en te lange zinnen.

Concorde

Met ingang van 1 januari 2010 is vertaalbureau Concorde Group BV uit Amstelveen geselecteerd als aanbieder voor het vertaalwerk. Ook levert Concorde de tolkdiensten voor de Raad. De helpdesk van Bureau Wbtv hoort echter veel geluiden van tolken en vertalers waaruit blijkt dat men niet voor dit vertaalbureau wil werken vanwege de lage tarieven. Om deze reden zoekt Concorde soms buiten het register om naar tolken en

vertalers die wel voor het bureau willen werken. Er worden dus tolken en vertalers ingezet die niet in het register staan ingeschreven en van wie de kwaliteit niet is aangetoond.

Samengevat: de deskresearch

Uit eerder onderzoek blijkt dat de communicatiemiddelen van het Bureau Wbtv op zich als 'goed' beoordeeld worden, maar toch aandacht behoeven. Hoe komt het dan dat de boodschap niet goed overkomt? Het instrument 'klare taal' voert Bureau Wbtv nog niet naar behoren uit. Doordat de informatie niet goed overkomt, voldoen de tolken en vertalers vaak niet aan de verplichte voorwaarden van de wet, zo blijkt uit de termijnbewaking van Bureau Wbtv.

Vertaalbureau Concorde heeft sinds 2010 de aanbesteding voor tolken en vertalers. Dit heeft invloed op de inzet vanuit het register, vanwege de lage tarieven van Concorde. Zo kiest het vertaalbureau vaker tolken en vertalers buiten het register, wat inhoudt dat er minder gekwalificeerde tolken en vertalers worden ingezet.

3.2 Discoursanalyse

In 2011 verstuurden tolken en vertalers diverse e-mails naar Bureau Wbtv. Om meer inzicht te krijgen in de denkwijzen en het gedrag van tolken en vertalers, zijn hiervan vijf aselechte e-mails geanalyseerd. Bij deze analyse gaat het om het perspectief van de ontvanger, Bureau Wbtv.

De doelgroep gebruikt verschillende manieren om argumenten te verwoorden. Door een dwingende en (passief) agressieve manier van schrijven, zetten zij het thema macht in, ondanks de machteloosheid die zij in de realiteit ervaren. Wellicht compenseren zij hun gevoel van machteloosheid door extreem heftig te reageren. Het onderstaande e-mailfragment illustreert een dergelijke reactie ¹⁴.

"Het is namelijk zo dat jullie een zodanige hoeveelheid bureaucratische rompslomp genereren met al jullie eisen en papiertjes en gedoetjes en nummertjes en weer papiertjes en afwijzingen en toewijzingen dat ik alleen al daarom een secretaresse in dienst zou moeten nemen."

De schrijfconstructies (bijlage p. 111 t/m 118) tonen in zekere mate wanhoop aan. De afhankelijkheidsrelatie met Bureau Wbtv kan leiden tot ontevredenheid. Naast de dwingende en agressieve techniek, proberen tolken en vertalers in te spelen op de emoties van de lezer. Er wordt veelal gebruikgemaakt van pathosargumentatie (inspelen op het gevoel) om de mening van de lezer te veranderen.

De e-mails tonen aan dat het probleem vooral ligt bij onderwerpen als permanente educatie (PE). Tolken en vertalers vinden deze maatregel lastig te accepteren, vanwege de vroeger zo 'coulante voorwaarden'. Toch zijn er tolken en vertalers die ook het belang van deze voorwaarden inzien. In het volgende fragment is te lezen dat er ook tolken en vertalers zijn die de PE-cursussen als prettig ervaren. ¹⁵

"Momenteel ben ik bezig met een vertaalcursus medisch Frans en met een cursus Swahili. De eerste cursus is behalve leuk voor mezelf (vakterrein uitbreiden) tevens nuttig voor het behouden van mijn beëdigde status als vertaler Frans (studiepunten). Ook ben ik voornemens om de vertaalspecialisatie technisch Frans te gaan volgen. Op literair, juridisch, militair en landbouwkundig terrein ben ik al aardig thuis qua jargon en behoef ik (voorlopig) geen scholing."

¹⁴ Bijlage pagina 115 (E-mail 5. regel 21 t/m 24)

¹⁵ Bijlage pagina 111 (E-mail 1. regel 25 t/m 30)

In het volgende fragment is te zien dat nog niet iedereen op de hoogte is van de voorwaarden van de wet en er is ook uit op te maken dat de organisatienaam niet duidelijk is. Bureau Wbtv gebruikt in zijn communicatiemiddelen zowel 'Bureau Wbtv' als 'Bureau btw'. Dit veroorzaakt mogelijk een gevoel van verwarring.

*"Kunt u mij vertellen aan welke eisen een tolk moet voldoen om bij de notaris te kunnen/mogen tolken bij bijvoorbeeld de overdracht van een huis, een testament of het aangaan van huwelijkse voorwaarden, en ook mee te mogen tekenen?
Even voor de goede orde: ik voldoe aan die eisen (sta ingeschreven bij Bureau BTV), maar wat zouden mijn mogelijke vervangers minimaal in huis moeten hebben om mij te mogen vervangen?"¹*

De zinsnede 'Even voor de goede orde' lijkt een manier om zich als schrijver in te dekken en de lezer op het juiste spoor te houden. Op een directe wijze vertelt hij/zij wel degelijk ingeschreven te staan, zodat men niet gaat denken dat het om iemand gaat die niet gekwalificeerd is voor het register, ondanks de vraag.

De discoursanalyse is niet representatief ten opzichte van de doelgroep, omdat het slechts een klein aantal e-mails van individuen betreft. Het geeft echter wel een beeld van hoe sommige tolken en vertalers communiceren met Bureau Wbtv.

Samengevat: de discoursanalyse

De discoursanalyse levert een aantal opvallende zaken op:

- De schrijver wekt de indruk dat hij of zij zich laat leiden door emoties en zo ook de lezer van zijn gelijk wil overtuigen. Door hun machteloosheid zetten tolken en vertalers in op wanhoop, als afhankelijke van Bureau Wbtv;
- Permanente educatie levert grote frustraties op, er zijn echter personen die toch bereid zijn om een cursus of workshop te volgen. Er is nog wel enige verwarring over inschrijving en de daarbij behorende voorwaarden;
- De eenduidigheid van de organisatienaam is in het geding (zie de diverse schrijfwijzen van 'Bureau btw' in de voorgaande fragmenten).

3.3 Enquête

De internetenquête bevat vragen die gebaseerd zijn op het eerder genoemde onderzoek van Intomart. In dat onderzoek kwam naar voren dat er ontevredenheid heerst over de dienstverlening van Bureau Wbtv. Een derde van de respondenten beoordeelde deze met een onvoldoende. Er komt echter niet uit waar het specifieke knelpunt dan zit. Het onderzoek leverde weliswaar algemene gegevens op, maar gaf geen duidelijk antwoord op de waaromvraag. Hoe komt het dat de tolken en vertalers onvoldoende tevreden zijn? In de enquête gaat het vooral om duidelijkheid, informatiehoeveelheid en het taalgebruik van Bureau Wbtv. In de focusgroepen bespreken we vervolgens waarom men bepaalde onderwerpen als goed of slecht beoordeelt. In een bijeenkomst kun je doorvragen tot je deze kern bereikt.

De enquête is representatief ten opzichte van de populatie (alle ingeschreven tolken en vertalers). Van de 3.676 personen vulden 929 respondenten de vragenlijst in. De steekproefformule voor een eindige populatie geeft aan dat dit onderzoek representatief zou zijn bij 348 respondenten. Dit aantal is ruimschoots gehaald.

Hierna komen de volgende aspecten uit de enquêteresultaten aan bod:

- niet intercultureel;
- toewijding intact;
- grote informatiebehoefte;
- verwachtingen;

- diverse communicatie;
- samengevat: enquête.

Niet intercultureel

Een belangrijke uitkomst uit de enquêteresultaten is dat het probleem géén interculturele grondslag heeft. Dit kan worden vastgesteld op basis van de antwoorden van de respondenten op twee achtergrondvragen: 'Tot welke religieuze stroming rekent u zichzelf?' en 'Uit welk deel van de wereld komt u oorspronkelijk?' De eerste vraag zorgde bij een klein aantal personen voor onvrede. Men vondde vraag discriminerend en irrelevant voor dit onderzoek. Door de diversiteit aan talen waarmee de tolken en vertalers werken, was het echter essentieel om te achterhalen of dit de oorzaak kon zijn.

Een cultuurgerelateerd probleem heeft een andere aanpak nodig, dan wanneer het probleem specifiek bij Bureau Wbtv ligt. Diverse culturen in een doelgroep maakt het lastiger om te communiceren: de unieke gebruiken, werkwijzen en opvattingen zorgen ervoor dat communicatie anders overkomt bij de ontvanger. De religieuze overtuigingen en afkomst van de doelgroep komen overeen bij de diverse geënquêteerden. De meeste personen geven aan 'niet religieus' of 'christelijk' te zijn en zes procent van de respondenten noemt zichzelf 'islamitisch'. De meeste tolken en vertalers komen oorspronkelijk uit Europa, wat niet zozeer het significante verschil hoeft te maken, maar de resultaten zijn in verband gebracht met de communicatiebeoordeling. Er was geen verband te zien tussen de antwoorden en de interculturele grondslag.

De vraag naar de afkomst is in verband gebracht met de vraag 'Hoeveel tijd besteedt u gemiddeld aan het zoeken naar informatie over algemene ontwikkelingen of algemeen nieuws over tolken en vertalen?'. Het blijkt dat ruim 45 procent van de tolken en vertalers uit West-Europa, meer dan het gemiddelde van geïnteresseerden een vakblad lezen om zo informatie te verkrijgen over ontwikkelingen in het vakgebied. Dit resultaat staat in verhouding met het eenderde deel van respondenten die een vakblad lezen. Het is geen belangrijke uitkomst, omdat het niet veel verschil maakt met het totale aantal tolken en vertalers.

Tolken en vertalers uit het Midden-Oosten bezoeken met 37 procent vaker presentaties van Bureau Wbtv dan respondenten met een andere afkomst. In vergelijking tot het gemiddelde van 14 procent is dit een vrij hoog aantal. Daartegenover staat wel dat het aantal geënquêteerden uit het Midden-Oosten erg laag ligt: vijf procent. De genoemde 37 procent is daarom niet te generaliseren met de doelgroep en is om die reden niet significant.

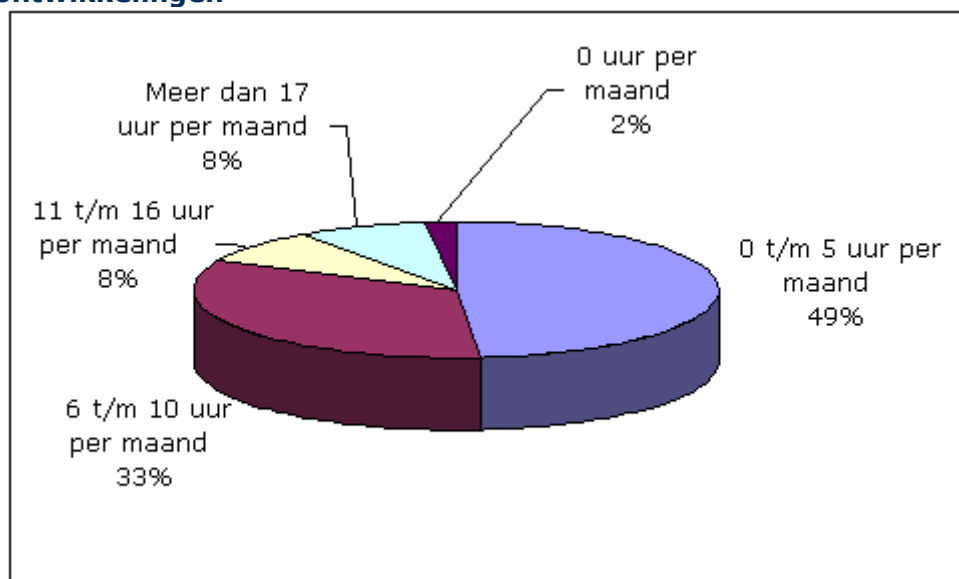
In het onderzoek is geen verdere verdieping gegeven aan het geringe verband tussen de communicatie van Bureau Wbtv en de interculturele grondslag van de doelgroep. Er wordt prioriteit gegeven aan de communicatie van Bureau Wbtv. De voorgaande gegevens geven wel antwoord op de volgende deelvraag: 'In welke mate verschilt de ernst van het probleem per cultuur/afkomst?' De deelvraag 'Hoe communiceer je met een doelgroep met verschillende religies en culturen?' wordt buiten beschouwing gelaten, omdat deze geen toegevoegde waarde heeft. Het communicatieprobleem heeft immers geen interculturele grondslag.

Toewijding intact

Tolken en vertalers presenteren zich als fanatieke vakbeoefenaars, zoals in figuur 3.2 te zien is. Zo zegt bijna de helft van de respondenten gemiddeld vijf uur per week te besteden aan het zoeken naar algemeen nieuws en algemene ontwikkelingen in het vakgebied. Informatie als deze is relevant om aan te tonen in hoeverre de tolk of vertaler in staat is om zich als 'professioneel' tolk/vertaler te gedragen, ondanks het negatieve imago van permanente educatie. Bureau Wbtv wil juist door de permanente educatie meer professionele tolken en vertalers in het register kunnen opnemen.

In dit onderdeel zit nu juist het probleem: de doelgroep van Bureau Wbtv weet niet goed wat de toegevoegde waarde van permanente educatie is.

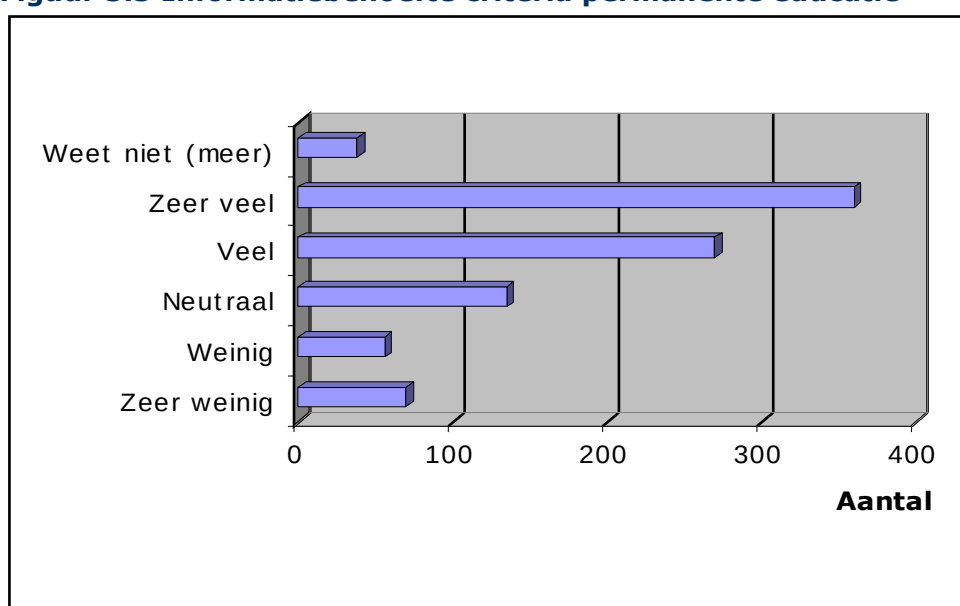
Figuur 3.2 Tijdsbesteding aan algemeen nieuws en algemene ontwikkelingen



Grote informatiebehoefte

In het open invulveld van de enquête, waarin de respondenten eventuele opmerkingen mochten noteren, gaf een derde aan dat het overzicht van permanente educatie onvoldoende is. Bureau Wbtv communiceert onvoldoende en onduidelijk over dit onderwerp. Het overgrote deel (60 procent) van de tolken en vertalers wil meer informatie over de criteria van permanente educatie (voorwaarden). Zie figuur 3.3 voor de informatiebehoefte bij tolken en vertalers over permanente educatie. Men erkent de baten van de regeling, maar vooral ook de nadelen.

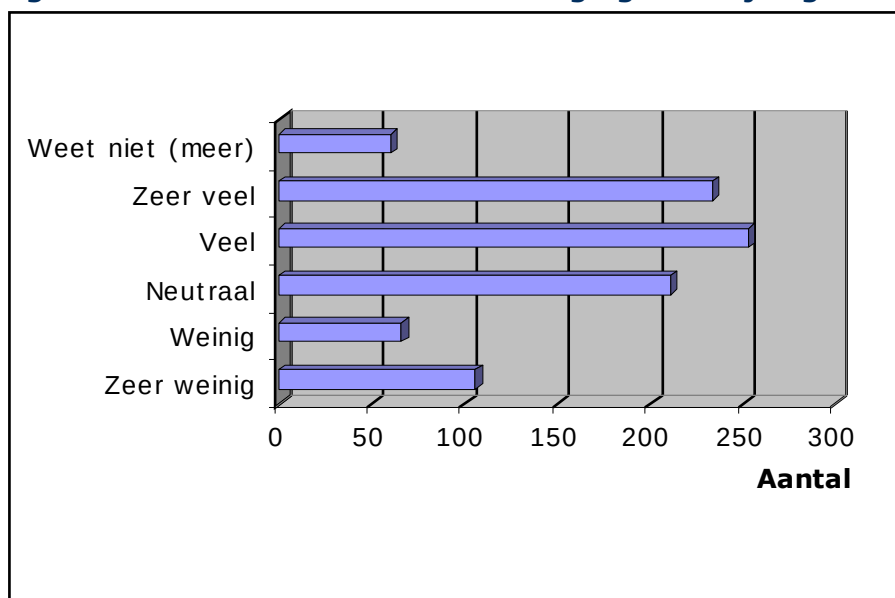
Figuur 3.3 Informatiebehoefte criteria permanente educatie



De doelgroep weet weinig over het verlengen van een inschrijving, de manier waarop medewerkers van Bureau Wbtv een inschrijvingsverzoek beoordelen, het wijzigen van gegevens, wat de Commissie btv doet, de PE-regeling, de afnameplicht van politie en

justitie en over het verkrijgen van een legitimatiepas. Dit blijkt uit de enquêteresultaten, waarbij tolken en vertalers zestien belangrijke onderwerpen beoordelen op de hoeveelheid informatie en de duidelijkheid. Ter illustratie: bijna 50 procent van de respondenten heeft behoefte aan meer informatie over de verlenging van de inschrijving (zie figuur 3.4). De grafieken van de bovengenoemde onderwerpen staan in de bijlagen (p. 80 t/m 88).

Figuur 3.4 Informatiebehoefte: verlenging inschrijving



Tolken en vertalers zien Bureau Wbtv als een bureaucratische organisatie, die alleen maar tijd en geld kost en verder weinig oplevert. Dit blijkt uit de open antwoorden in de enquête. Aan het eind van de vragenlijst konden de tolken en vertalers aangeven of zij nog op- of aanmerkingen hebben over de communicatie van Bureau Wbtv. De kritische opmerkingen betroffen echter niet alleen de communicatie; veel respondenten zagen hun kans schoon om hun onvrede te uiten over de permanente-educatieregeling. Naast de ontevredenheid vanwege de kosten en bureaucratie, ziet men permanente educatie als lastig en als een onduidelijke voorwaarde.

Uit de enquêteresultaten blijkt ook dat men nog steeds niet goed op de hoogte is van het feit dat Bureau Wbtv diverse folders uitgeeft en wat daarvan de inhoud is. Dit bleek ook al uit het eerdere onderzoek van Intomart. Er is nog geen verbetering opgetreden. De enquêteresultaten wijzen uit dat de respondenten het taalgebruik van Bureau Wbtv niet afkeuren. Over het algemeen wordt het taalgebruik in de communicatiemiddelen als voldoende beoordeeld.

Verwachtingen

Bureau Wbtv veronderstelt dat het probleem ligt bij tolken en vertalers die de Wet beëdigde tolken en vertalers niet begrijpen en dan voornamelijk: het doel van de wet en de rol van Bureau Wbtv daarin. Dit komt overeen met de onderzoeksresultaten. Gemiddeld een kwart van de doelgroep begrijpt niet waarom de wet bestaat. Tolken en vertalers willen meer informatie over permanente educatie, tolk- en vertaalopleidingen, toetsen en de oorsprong van Bureau Wbtv.

Diverse communicatie

Bureau Wbtv communiceert tegelijkertijd en op dezelfde manier met tolken en vertalers. Ze zien de twee groepen vaak als één geheel. Dit komt vooral omdat bijna veertig procent van de doelgroep zowel tolk als vertaler is. Alle communicatiemiddelen zijn gericht op deze twee vakgebieden.

Dertig procent van de respondenten echter, geeft aan een aparte behandeling te wensen.

Samengevat: de enquête

Het probleem ligt niet bij een diversiteit aan culturen, maar bij Bureau Wbtv. De Wet beëdigde tolken en vertalers en Bureau Wbtv zijn voor de doelgroep nog onduidelijk. De enquête geeft ook weer dat men vooral meer informatie wenst over bepaalde onderwerpen, zoals: permanente educatie, het verlengen van een inschrijving, beoordeling inschrijvingsverzoek, gegevens wijzigen, Commissie btw, afnameplicht van politie en justitie en het verkrijgen van een legitimatiepas.

Zoals hierboven geschetst wordt, klopt het beeld van Bureau Wbtv over de verwachtingen van de doelgroep. Een groot deel van de tolken en vertalers weet nog niet goed waar Bureau Wbtv voor staat en wat zij van het bureau kunnen verwachten.

3.4 Focusgroepen

In elke focusgroep waren zes tolken en vertalers aanwezig, die aan de hand van vooraf opgestelde stellingen met elkaar in gesprek gingen.

De stellingen waren:

1. De communicatiemiddelen van Bureau Wbtv zijn voldoende, maar de invulling moet beter.
2. Bureau Wbtv benadert tolken en vertalers formeel en afstandelijk.
3. De wet draagt bij aan de professionaliteit van tolken en vertalers en Bureau Wbtv realiseert dat.

Communicatie-invulling

Bij de website ligt het probleem niet zozeer in de slechte bereikbaarheid, maar vooral in de onoverzichtelijkheid van de site. Vooral de informatieoverload ziet men als storend. Er is te veel informatie en te weinig structuur. Toch wensen de respondenten van de enquête meer informatie en betere vindbaarheid over de basisprincipes van Bureau Wbtv, inschrijving, PE-punten, tolk-/en vertaaltoetsen, bezwaarschriftprocedure en afnameplicht. Op basis van de enquêteresultaten is vastgesteld dat men meer informatie wil. Tegelijkertijd ervaart men de website als 'te veel'. Door de onrustige structuur zien de respondenten door de bomen het bos niet meer. Alles in één lap tekst zorgt voor weinig overzicht.

"Laat een professionele en duidelijk gestructureerde website bouwen."

Bureau Wbtv publiceert op zijn website een lijst met goedgekeurde opleidingen. Deze lijst leidt tot grote frustraties onder de doelgroep, omdat het doorgronden ervan veel moeite vereist. Het is een "oneindige lijst met opleidingen"¹⁶.

Uit de opmerkingen uit de focusgroep blijkt dat men een interactieve website wenst, met een inlogaccount, waar men onder andere de huidige status, contactgegevens en de behaalde PE-punten kan inzien en zelf wijzigingen in contact- en bereikbaarheidsgegevens kan doorvoeren.

De e-nieuwsbrief beoordelen de enquêterespondenten over het algemeen als goed. Uit de focusgroepen blijkt dat de tolken en vertalers wel graag meer 'nieuwtjes' en weetjes

¹⁶ Focusgroepsdeelnemer, 2012

lezen. Ter illustratie: er kwamen dit jaar 1.500 verzoeken voor permanente educatie binnen en de 5.000^e tolk heeft zich voor het register aangemeld. Zo adviseren focusgroepeelnemers het bureau. Hiermee kan Bureau Wbtv de meer positieve kanten van het vak, het bureau en de wet belichten.

Helpdesk

Tolken en vertalers gebruiken op dit moment vaak hun collega's, de website van Bureau Wbtv en zoekmachines als bron voor nieuwtjes en ontwikkelingen. Hieruit blijkt dat Bureau Wbtv niet de enige is die de doelgroep informeert.

De telefonische helpdesk is nog steeds niet op het gewenste niveau. Men is niet tevreden over de bereikbaarheid van Bureau Wbtv, de reactiesnelheid, de lange wachttijden en de klantvriendelijkheid. Dit weerhoudt tolken en vertalers ervan om de telefoon te pakken. Vorig jaar gaf bijna 60 procent van de ondervraagden aan dat zij de helpdesk niet raadplegen. Ook in 2012 ziet men om de genoemde redenen op tegen het telefonische contact. De helpdesk is nu vier uur per dag, vijf dagen per week bereikbaar. Deelnemers van de focusgroep vinden Bureau Wbtv hierdoor slecht bereikbaar, waardoor tolken en vertalers niet de juiste informatie ontvangen en daardoor niet weten waar ze aan toe zijn. 'Er is onvoldoende gelegenheid om vragen te stellen'. Deze verwarring ontstaat door verschillende informatie en het ontbreken van de bevestiging waar men naar op zoek is.

"Telefonische bereikbaarheid zou veel beter moeten zijn. Een behoorlijk aantal weken was het Bureau Wbtv niet bereikbaar."

Lastig taalgebruik

De focusgroepleden beoordelen alle communicatiemiddelen als 'moeilijk' en dan vooral de website. De deelnemers zeggen dat ze de juridische teksten en begrippen niet begrijpen en dat dit leidt tot verwarring. Het moeilijke taalgebruik zorgt er ook voor dat men een formele indruk krijgt van het bureau, wat indirect invloed heeft op het bureaucratische imago. Het beeld leeft dat Bureau Wbtv van bovenaf neerkijkt op zijn doelgroep, niet begrijpt wat tolken en vertalers beweegt en niet weet wat belangrijk voor ze is.

In de focusgroep uitte men expliciet de ontevredenheid over het lastige taalgebruik van Bureau Wbtv. Drie van de zes deelnemers van één focusgroep gaven ook aan dat zij een aantal termen van Bureau Wbtv als storend ervaren. De veelgebruikte benaming 'Uitwijklijst' zien de tolken en vertalers als een negatieve en denigrerende uiting. Ze geven aan dat het kwetsend kan zijn vanwege de suggestie dat zij alleen ingezet worden 'in noodgevallen'. Naast dit woord gebruikt Bureau Wbtv een aantal begrippen door elkaar, wat als verwarrend over kan komen. Zoals de organisatienaam van het bureau, die men in diverse communicatiemiddelen in variaties tegenkomt, bijvoorbeeld zowel 'Bureau btv' als 'Bureau Wbtv'. De voorwaarden van de wet noemt het bureau ook vaak 'eisen', de term 'voorwaarden' heeft een meer positieve lading. Eisen suggereren een claim, ondanks het feit dat het een eigen keuze is om gebruik te maken van de wet.

Professionaliteit

Over de derde stelling, waarin gevraagd werd of men Bureau Wbtv ziet als een waardevolle bedrage aan een professionele tolk en vertaler, reageerden deelnemers gematigd positief. Er zijn personen die de voordelen zien, maar er heerst alsnog een niet-veranderingsbereidheid, die invloed heeft op het gedrag dat men vertoont ten opzichte van de voorwaarden. Uit de non-verbaliteit van een aantal deelnemers was op te maken dat zij het niet compleet eens waren. Eén deelnemster was bijvoorbeeld van

mening dat de voorwaarden van de wet niet zozeer bijdragen aan de professionaliteit, waarna een andere deelneemster met haar ogen rolde. Daarmee gaf zij de indruk het niet eens te zijn met deze stelling en dit verdedigde zij na haar lichaamsuiting ook met argumenten en persoonlijke ervaringen met bijvoorbeeld bijscholing.

Deelnemers van de focusgroep gaven aan dat Bureau Wbtv in hun ogen een kenniscentrum is. “Ik dacht dat Bureau Wbtv is opgezet om ons te helpen¹⁷?” Monique van Lierop, stafmedewerkster van het bureau, legde vervolgens uit dat het bureau niet zozeer is opgezet als ondersteuning van de tolk en vertaler, maar om de beroepsgroep te ondersteunen in hun contacten met de opdrachtgevers.

Samengevat: de focusgroepen

Bureau Wbtv heeft de website onoverzichtelijk ingedeeld, waardoor tolken en vertalers moeilijk hun informatie kunnen vinden. De deelnemers gaven diverse keren aan dat zij het taalgebruik van Bureau Wbtv als lastig beschouwen. Bepaalde terminologie wordt zelfs als kwetsend gezien, zoals de ‘Uitwijklijst’. Daarnaast is men zeer ontevreden over de helpdesk en dan voornamelijk de frequentie van bereikbaarheid en hoe Bureau Wbtv ermee omgaat als men toch belt. De focusgroepsdeelnemers geven aan dat Bureau Wbtv over het algemeen de professionaliteit van tolken en vertalers stimuleert. Men was wel van mening dat het bureau meer zou moeten doen voor tolken en vertalers, in plaats van alleen de wet uitvoeren.

3.5 Samengevat: de onderzoeksresultaten

De invulling van de communicatiemiddelen is onvoldoende en verwachtingen van de tolken en vertalers komen niet overeen met die van Bureau Wbtv. De informatie die Bureau Wbtv verzendt, is niet op de doelgroep afgestemd, waardoor de boodschap niet overkomt. Onoverzichtelijkheid en een zekere afstandelijkheid vanuit het bureau accepteren de tolken en vertalers niet. Zij willen dat Bureau Wbtv hen hoort en luistert naar hun verhaal. Zoals een respondent in de enquête aangaf: ‘Meer duidelijkheid bieden, sneller reageren op verzoeken en consistente informatie verstrekken’. Een belangrijk onderdeel van professioneel tolken en vertalen is de permanente educatie. Deze voorwaarde zorgt voor veel verwarring onder de tolken en vertalers, omdat ze ten eerste niet begrijpen waarom continue scholing zo belangrijk is en ten tweede niet begrijpen hoe ze dit in de praktijk moeten brengen. Dit zorgt ervoor dat veel tolken en vertalers nog onvoldoende aan de voorwaarden voldoen.

Tussen de enquête en de focusgroepsresultaten ligt nog een zekere afstand in het taalgebruik van communicatiemiddelen. Uit de enquête blijkt dat respondenten die de enquête invulden over het algemeen tevreden zijn, terwijl personen uit de twee focusgroepen ontevreden zijn. Uit de persoonlijke toelichtingen blijkt dat het vooral gaat om ‘lastige termen en lappen tekst’.

De focusgroepen bieden resultaten die Bureau Wbtv niet links kan laten liggen. In totaal twaalf tolken en vertalers geven aan te worstelen met het lezen van de website, de e-nieuwsbrief en de folders. De tolken en vertalers gaven naar aanleiding van een van de stellingen aan: ‘Bureau Wbtv benadert tolken en vertalers formeel en afstandelijk’. Daarbij maakten zij duidelijk dat ze problemen hadden met het taalgebruik van het bureau. Blijkbaar leeft dit bij deze groep als een minpunt van bureau Wbtv. In de communicatiemiddelen van het bureau wordt inderdaad gebruikgemaakt van lange zinnen, lijdende vormen en lastige woorden.

De reden waarom tolken en vertalers niet het gewenste gedrag vertonen, ligt dan ook in verkeerde verwachtingen van beide partijen en de invulling van communicatiemiddelen door Bureau Wbtv.

¹⁷ Focusgroepsdeelnemer, 2012

4. Conclusies

De perceptie van Bureau Wbtv verschilt met die van de doelgroep van het bureau: tolken en vertalers. De huidige en de gewenste situatie komen niet met elkaar overeen. Dit wordt in organisatietermen ook wel de 'afstand' genoemd. Wat gaat er mis tussen deze twee constellaties en waar overlappen zij elkaar? Dit hoofdstuk bevat de belangrijkste conclusies uit het onderzoek.

4.1 Verwachtingen managen

Het is duidelijk dat de verwachtingen van tolken en vertalers uiteenlopen. De ene tolk of vertaler is ervan overtuigd dat Bureau Wbtv niets anders dan last met zich meebrengt, terwijl de ander juist te hoge verwachtingen heeft van Bureau Wbtv als 'kenniscentrum'. Daar loopt het mis: tolken en vertalers weten te weinig van de wet en over de rol en taken van het bureau. Deze uiteenlopende opinies leiden dan ook tot verwarring bij de tolken en vertalers. Bureau Wbtv beheerst de verwachtingen kennelijk onvoldoende om de doelgroep op één lijn te krijgen.

De probleemstelling '**Welke bijdrage kan communicatie leveren bij het verbeteren van de algemene tevredenheid van tolken en vertalers over het contact met de organisatie?**' verbindt zich met de verwachtingen. De onduidelijkheid over Bureau Wbtv en de wet heeft gevolgen voor de doelgroep; deze is de dupe van de problematische communicatie. Wanneer de kennis van een organisatie als Bureau Wbtv niet op orde is, kan men moeilijk verwachten dat de doelgroep zich gemakkelijk als 'professioneel tolk of vertaler' gaat gedragen. Ter illustratie: als een tolk niet begrijpt welke eisen gelden voor het verlengen van zijn of haar inschrijving, kan dat leiden tot (automatische) uitschrijving.

In hoofdstuk 3 is erop gewezen dat het kennisniveau van de doelgroep, over Bureau Wbtv en de wet zeer laag ligt. Voordat tolken en vertalers hun houding tegenover de wet en het bureau kunnen veranderen, moeten ze eerst voldoende weten van het bestaan ervan. Nadat men de gewenste houding vertoont, kan er pas een gedragsverandering plaatsvinden.

Met elkaar verbonden

De verwachtingen liggen ver uiteen, vanwege de slechte aansluiting van Bureau Wbtv op de doelgroep. Men leest en hoort wat Bureau Wbtv aan informatie uitzendt, maar zonder begrip van deze informatie komt er geen gedragsverandering tot stand. Door de grote lappen tekst op de website en het moeilijke taalgebruik is het zeer waarschijnlijk dat de doelgroep bepaalde delen mist door selectief te lezen.

Het feit dat de deelnemers van de focusgroep zelf het onderwerp 'moeilijk taalgebruik' introduceerden, geeft aan dat het leeft onder de tolken en vertalers en het kan daarom niet afgedaan worden als onbelangrijk.

Het probleem ligt niet in de communicatiemiddelen zelf, maar in de manier waarop deze worden ingevuld. Bureau Wbtv gebruikt de instrumenten niet met het oog op de communicatiedoelen. Ze passen deze enkel toe om 'het toepassen', waarbij ze overhaaste en misschien zelfs ondoordachte beslissingen nemen. De focusgroepen geven een belangrijk signaal, terwijl het fenomeen in de enquête nog niet naar voren was gekomen.

4.2 Overlap

Leggen we de huidige en de gewenste situatie naast elkaar, dan wordt duidelijk dat Bureau Wbtv de situatie niet onder controle heeft. Dit staat in schril contrast met de gewenste situatie uit hoofdstuk 1 (paragraaf 1.7). In de probleemstelling (zie paragraaf 4.1) betreft Bureau Wbtv niet alleen zichzelf, maar ook de tolken en vertalers. Beide zijn nog niet tevreden over het wederzijds contact.

Door de tolken en vertalers bij het onderzoeksproces te betrekken en proactief naar feedback te vragen, creëert Bureau Wbtv wellicht meer draagvlak onder tolken en vertalers.

Bureau Wbtv wil dat er professionele tolken en vertalers in het register staan. Een groot deel van de ingeschreven personen denkt aan deze kwalificatie te volen, ondanks de slechte inzet voor permanente educatie. Toch is PE volgens de wetgever (regering en parlement) een goede manier om tot het professionele gedrag te komen. De tolken en vertalers zijn zich er onvoldoende van bewust dat permanente educatie en een professionele beroepsuitoefening met elkaar in verband staan en elkaar versterken. Als men bijscholing blijft volgen, zou dit in professioneel gedrag moeten resulteren, waardoor een tolk/vertaler eerder genegen is zich te ontwikkelen, zo is het idee van het ministerie¹⁸.

In hoofdstuk 3 staat het antwoord op de deelvraag uit hoofdstuk 1: 'Willen de verschillende tolken en vertalers benaderd worden als twee aparte groepen? Zo ja, hoe?'. Dit antwoord luidt dat dertig procent van de respondenten de aparte aanpak wenst. De moeilijkheid is dat bijna veertig procent zowel tolk als vertaler is. Deze krijgt de informatie dan dubbelop, ofwel: hierdoor ontstaat een overlap in de informatieverstrekking. In de focusgroep gaven deelnemers aan dat Bureau Wbtv een website zou kunnen inrichten waarbij tolken en vertalers afzonderlijk kunnen kiezen welke informatie voor hen relevant is.

4.3 Dissonantie

Sociaal psycholoog Leon Festinger beschreef in 1957 de cognitieve-dissonantietheorie¹⁹. Deze theorie stelt dat wanneer iemand twee overtuigingen heeft, er een innerlijke strijd kan ontstaan, die vervolgens leidt tot een onprettig gevoel met een hoog spanningsniveau. Om dit tegen te gaan, probeert men zich al snel tegen één stelling te keren, zodat de andere meer tot zijn recht komt en het onprettige gevoel verdwijnt.

Tussen Bureau Wbtv en zijn doelgroep speelt ook een vorm van 'dissonantie' (tegenstelling). Het gaat hier niet om een innerlijke strijd en ook niet zozeer om een cognitieve dissonantie, maar wel om diverse partijen binnen één domein (de doelgroep en Bureau Wbtv) waarbij de overtuigingen met elkaar botsen. Aan de ene kant wil de tolk/vertaler goed zijn/haar beroep uitoefenen, maar aan de andere kant wil deze niet voldoen aan de eis van de daarvoor benodigde permanente educatie. Hij/zij ziet niet in wat het nut is van de voorwaarden en heeft het gevoel dat hij/zij niet echt beter wordt door permanente educatie, maar door zijn/haar 'levenservaring' als tolk/vertaler. Anderzijds ziet Bureau Wbtv PE wel degelijk als een bijdrage aan de professionaliteit van tolken/vertalers. Deze dissonantie moet worden opgelost.

4.4 Perceptie van de tolk en vertaler

De doelgroep ziet vooral de negatieve kanten van Bureau Wbtv en de wet en niet zozeer wat de tolk/vertaler met de wet kan bereiken en welke voordelen deze een ingeschreven tolk/vertaler kan bieden. De negatieve insteek komt vooral voort uit frustraties door langdurige en dure procedures voor permanente educatie en inschrijvingen. De aandacht gaat vooral uit naar de negatieve aspecten van de wet en het uitvoerende bureau.

Het taalgebruik van Bureau Wbtv draagt bij aan het ontevreden gevoel. Bureau Wbtv zet nu diverse termen door elkaar in, zoals 'eisen' en 'voorwaarden'. Ook noemt het bureau de organisatienaam in diverse communicatiemiddelen afwisselend 'Bureau Wbtv' en 'Bureau btv'. Bureau Wbtv communiceert nu niet uniform met de doelgroep.

¹⁸ Staatscourant, Besluit permanente educatie Wbtv, Artikel 1, verkregen op 30 december 2011

¹⁹ M. 2012. Cognitieve dissonantie. www.mens-en-samenleving.infonu.nl/psychologie/94140-cognitieve-dissonantie.html, verkregen op 11 april 2012

Daar komt bij dat het taalgebruik niet volgens het 'klare taal'-beleid wordt gehanteerd, waardoor er nog niet voldoende wordt ingezet om de perceptie van tolken en vertalers positief om te vormen.

De deelvraag 'Wat hebben tolken en vertalers met elkaar gemeen?' is de vraag naar overeenkomstige factoren tussen de diverse professionals binnen de doelgroep. De overeenkomst tussen tolken en vertalers zit in de toewijding van tolken en vertalers. Deze groep personen steekt behoorlijk veel tijd in het vinden van nieuws en ontwikkelingen, vaak buiten werktijd om. Over het algemeen willen de tolken en vertalers in het register worden opgenomen om zo als gekwalificeerd en professioneel vakbeoefenaar gezien te worden.

De positionering van Bureau Wbtv is niet voldoende gericht op het gewenste imago. Dit blijkt uit de manier waarop tolken en vertalers het bureau zien en beleven. Zij zien het nu voornamelijk als een organisatie met te veel negatieve invloed op hun beroep, terwijl er kansen liggen waarvan zij zich niet of nauwelijks bewust zijn, zoals arbeidsmogelijkheden bij justitie en politie. Een deel van de tolken en vertalers ziet Bureau Wbtv als kenniscentrum, een ander deel slechts als wetsuitvoerder/registerhouder.

4.5 Implicaties en beperkingen

Het onderzoek was gericht op de dieperliggende oorzaak van het communicatieprobleem. Wat is nu de échte oorzaak van de ineffectiviteit in de communicatie? In het kader van oplossingsgericht onderzoeken is een aantal mogelijke oorzaken onder de loep genomen.

Bureau Wbtv gaf in het startproces aan dat het communicatieprobleem mogelijk veroorzaakt is door de diversiteit aan tolken en vertalers. Op dit moment wordt er weinig rekening gehouden met culturen, afkomst en persoonlijke voorkeuren. Het was daarom belangrijk om eerst te achterhalen of het probleem inderdaad een interculturele grondslag heeft. Al snel bleek dat dit niet het geval was. Er blijken geen significante verschillen te zijn tussen de afkomst van de tolken en vertalers en de uitkomsten op communicatiegebied.

Vervolgens was Bureau Wbtv aan de beurt, want als het probleem niet ligt bij de tolken en vertalers, dan moet het toch een andere oorzaak hebben. Uit het eerder genoemde onderzoek van Intomart bleek dat de communicatiemiddelen zelf als goed beoordeeld worden. Daar is echter niet dieper op ingegaan; er is toen alleen de algemene tevredenheid onderzocht. In dit onderzoek was het daarom zaak om meer in te gaan op de vraag 'Hoe past Bureau Wbtv de middelen toe?' en 'Wat vindt men daarvan?' De onderzoeken: deskresearch, discours analyse, focusgroepen en de enquête spitsten zich toe op het taalgebruik en hoe dat op de doelgroep overkomt. Omwille van de beschikbare tijd voor de focusgroepen zijn aspecten als huisstijl en lay-out buiten beschouwing gebleven. Een gemiste kans voor Bureau Wbtv, vanwege de herkenbaarheid van het bureau. Een onderzoek dat zich specifiek op deze aspecten richt, zou interessante aanvullende informatie kunnen bieden.

Niet alleen Bureau Wbtv moet een communicatieomslag in gang zetten, maar de doelgroep moet ook initiatief nemen om een omslag te verwezenlijken. Dat initiatief zou een belangrijke bijdrage kunnen leveren aan de ontwikkeling tot een goedgekwalificeerde, professionele tolk of vertaler.

Onderzoeksmethoden en -technieken

Bij het onderzoek zijn verschillende methoden en technieken ingezet. Hierdoor kwamen er zaken naar voren, die op basis van bijvoorbeeld alleen de enquête niet aan het licht zouden komen. Ter illustratie: het taalgebruik van Bureau Wbtv wordt in de enquête over het algemeen als goed beoordeeld en in de focusgroepen komt expliciet naar voren dat dit communicatiemiddel onvoldoende wordt ingezet. Een interessant verschil, dat ontdekt

is door bij de focusgroepen meer stil te staan bij de oorzaak van het probleem en dieper in te gaan op de achterliggende gedachten van de tolken en vertalers.

Bij zowel de focusgroepen, de discoursanalyse als de enquête was het essentieel om relevante theorie toe te passen, om zo volop gebruik te maken van de mogelijkheden. Bij de focusgroep waren bijvoorbeeld de ontwikkelingsfasen van Bruce Tuckman (1965) van groot belang en bij de discoursanalyse de diverse technieken om een tekst te ontleden en te analyseren met behulp van de theorie van dr. Eamon Fulcher (2012).

5. Communicatieadvies

De kern van dit hoofdstuk is de advisering aan Bureau Wbtv over de manier waarop het bureau zijn communicatie met tolken en vertalers kan verbeteren en zo sneller het hoofddoel kan bereiken: de ontwikkeling van tolken en vertalers tot een hoger professioneel niveau'.

Het advies bestaat uit vier delen en is ontwikkeld om de perceptie (subjectieve waarneming) te beïnvloeden. De (deel)adviezen geven tevens een antwoord op de deelvraag uit hoofdstuk 1: 'Welke communicatiestrategie zorgt ervoor dat de communicatie van Bureau Wbtv naar de tolken en vertalers effectiever wordt?'

5.1 Adviezen

- Kernadvies: Profileren als waardevolle instantie
- Deeladvies 1: Aansluiten bij de doelgroep
- Deeladvies 2: Reframen van de waargenomen werkelijkheid
- Deeladvies 3: Interactief communiceren

Dit hoofdstuk bevat naast een strategisch advies ook een communicatieplan. Het bureau kan dit direct toepassen en implementeren.

Kernadvies: Profileren als waardevolle instantie

Bureau Wbtv wil zich profileren als dé organisatie die tolken en vertalers naar een hoger niveau tilt. De positionering, de manier waarop tolken en vertalers Bureau Wbtv zien ten opzichte van andere instanties, speelt hierbij een grote rol. Op dit moment lopen de percepties van de doelgroep tegenover die van Bureau Wbtv, ver uiteen. Door in te spelen op de voordelen en onderscheidende kenmerken van Bureau Wbtv, beïnvloedt de organisatie deze percepties²⁰.

De positionering van Bureau Wbtv moet beter aansluiten op het imago 'Bureau Wbtv is een waardevolle instantie, die de professionele standaarden helpt te handhaven binnen het vakgebied'. Het is van belang dat politie en justitie (en andere afnemers) gekwalificeerde tolken en vertalers kunnen inzetten. Deze positionering is vooral gericht op de doelgroep tolken en vertalers, maar het bureau heeft ook andere doelgroepen, zoals afnemers van taaldiensten, verdachten in strafzaken en vreemdelingen in asielzaken. Wanneer Bureau Wbtv zich echter op deze manier profileert, straalt de instantie ook uit dat het voor de andere partijen van belang is om dit bureau in stand te houden.

Tweezijdig positioneren

Uit de discoursanalyse, de focusgroepen en de open antwoorden van de enquête blijkt dat er in de doelgroep weinig tolken en vertalers veranderingsbereid zijn. Waar de waarden overheersen, kan gebruik worden gemaakt van een 'tweezijdige positionering'. Een positionering waarbij niet alleen de voordelen, maar ook de transformationele (waarden) kenmerken benadrukt worden. Wat vindt de doelgroep belangrijk in het werkveld? Uit het onderzoek blijkt dat de doelgroep dezelfde doelen nastreeft als Bureau Wbtv, maar net een extra zetje nodig heeft. Wanneer Bureau Wbtv zich concentreert op de communicatie van de voordelen van de wet en van Bureau Wbtv, en duidelijk maakt welke persoonlijke baten de tolken en vertalers hebben bij de inschrijving, brengt het bureau het middel en het doel 'professionaliteit' in beeld en krijgt de boodschap betekenis.

²⁰ Floor, K. en Raaij van, F. 2006, Marketingcommunicatiestrategie

Deeladvies 1: Aansluiten bij de doelgroep

Om effectief te communiceren is meer nodig dan alleen een communicatiemiddel en een boodschap vanuit de zender. De doelgroep bepaalt voor een groot deel wat en hoe je het beste kunt communiceren.

Stel dat het merendeel van een doelgroep laaggeletterd is en een brief krijgt met woorden als 'quasi' of 'fauna'. Hoogstwaarschijnlijk begrijpt één procent wat daarmee bedoeld wordt en de andere 99% wordt aan zijn lot overgelaten. Bij Bureau Wbtv gaat het niet op deze schaal mis. Toch kan de communicatie beter worden afgestemd op de wensen en het kunnen van de doelgroep.

Klare taal

In de focusgroepen geeft het overgrote deel aan het taalgebruik van Bureau Wbtv als lastig te beschouwen. Het schrijfniveau sluit niet aan bij de doelgroep; taal hoort begrijpelijk, herkenbaar en daarmee effectief te zijn. Om die reden is het voor Bureau Wbtv verstandig in de communicatie-uitingen rekening te houden met de doelgroep. Luister naar wat de tolken en vertalers aangeven: zij willen 'meer duidelijkheid en overzicht'.

Om de hindernis die 'taal' vormt, succesvol op te lossen is het advies aan Bureau Wbtv om 'klare taal' meer door te voeren. De Raad voor rechtsbijstand heeft deze taalregels (zie bijlage, p. 53 en 54) in 2009 ingevoerd om het voor de schrijver gemakkelijker te maken om begrijpelijke zinnen te formuleren. Met als gevolg: uniforme 'klare taal' en een doelgroep die de tekst begrijpt. Bij elke tekst moet de schrijver bedenken: voor wie schrijf ik nu en begrijpt diegene wat er staat? Een aantal vuistregels voor het klare-taalbeleid zijn:

- Zet de boodschap voorop;
- Vervang passieve zinnen door actieve zinnen;
- Kies als uitgangspunt: 'hoe zeg ik het?' en niet: 'hoe schrijf ik het?';
- Verwijs naar wetteksten, citeer ze liever niet. Geef waar nodig in eenvoudig Nederlands de strekking weer. Een verwijzing naar het wetsartikel is vaak voldoende;
- Maak te lange zinnen korter. Vuistregel: maximaal 10 tot 15 woorden;
- Maak korte alinea's: maximaal vier tot vijf regels. Plaats boven de alinea een tussenkopje;
- Vermijd de werkwoorden 'zullen' en 'worden' als je ze weg kunt laten.

Deeladvies 2: Reframing van de waargenomen werkelijkheid

Framen is een manier om de werkelijkheid zo te verwoorden dat je als organisatie controle uitoefent op de interpretatie van de boodschap door de doelgroep. Deze methode kan (ook bij tolken en vertalers) leiden tot een moreel oordeel, causale interpretaties en een oplossing voor een probleem, enkel door andere bewoordingen te gebruiken, zodat de doelgroep, terwijl zij de boodschap waarneemt, een ander beeld voor ogen krijgt.

Deze methode gebruikt men nu veel in de politiek. Ter illustratie een uitspraak van partijleider van de PVV, Geert Wilders: 'We raken Nederland kwijt aan de massa-immigratie, aan het Marokkaanse tuig dat scheldend, spugend en onschuldige mensen in elkaar rammend door het leven gaat.' De enige correcte manier om je hiertegen te verweren is volgens de Haagse redactie van de NRC, door het gebruik van reframing.

Positieve interpretatie

Door reframing toe te passen, kan Bureau Wbtv de doelgroep een positieve interpretatie geven van de werkelijkheid, wat leidt tot een andere 'kijk' op het bureau en vervolgens leidt tot gedragsverandering. Nu bekijken tolken en vertalers het bureau door een zwarte bril en vallen de voordelen van de wet niet meer op. Door meer het 'positieve' te benadrukken (zie figuur 5.1) ziet de doelgroep een andere kant van de organisatie.

Door informatie en stellingen met een positief voorbeeld te 'reframen', verdwijnt ook de dissonantie die men ervaart ten opzichte van voorwaarden van de wet en Bureau Wbtv en met name de permanente educatie. In het voorgaande hoofdstuk staat een toelichting op de dissonantie tussen tolken en vertalers enerzijds en het bureau anderzijds.



Figuur 5.1 Resultaat tonen van inschrijving Wbtv

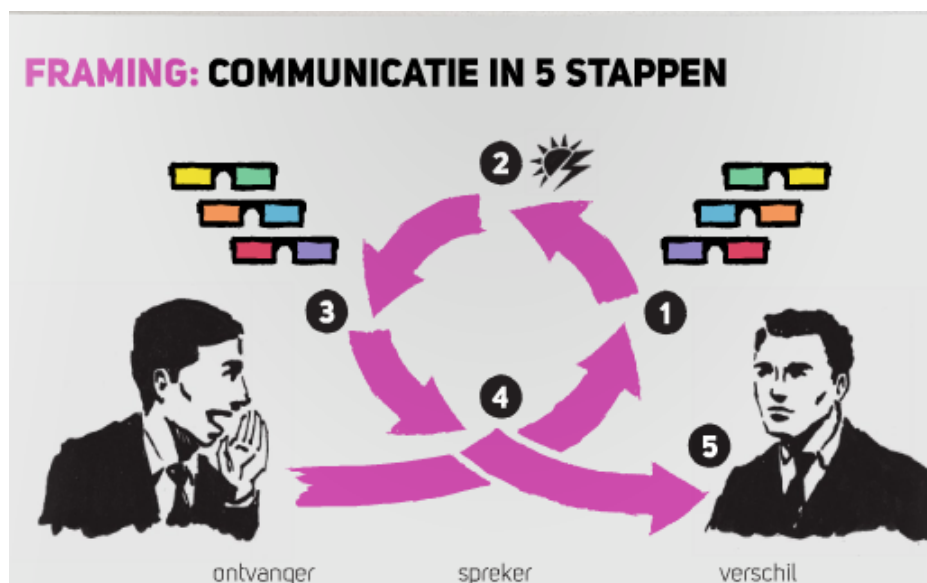
(bron: KVPP weblog reisgedrag)

Om de positieve framing in te zetten kan Bureau Wbtv het beste vijf fasen doorlopen:

1. Relatie (Hoe ziet de doelgroep Bureau Wbtv en andersom?)
2. Context (Hoe ziet de situatie eruit vanuit beide perspectieven?)
3. Spreker (Hoe ziet de doelgroep het bureau en hoe ziet het bureau zichzelf?)
4. Appel (Wat zijn de wederzijdse verwachtingen?)
5. Inhoud (Welke inhoud verwachten de tolken en vertalers en wat wil Bureau Wbtv overbrengen?)

Deze factoren zijn verwerkt in hoofdstuk 1 (Inleiding) en hoofdstuk 3 (Analyse resultaten). Aan de hand daarvan kan Bureau Wbtv bepalen wat de beste manier is om de positieve boodschap over te brengen. Figuur 5.2 geeft de factoren schematisch weer.

Figuur 5.2 Framing in vijf stappen (bron: Floor de Ruiter)

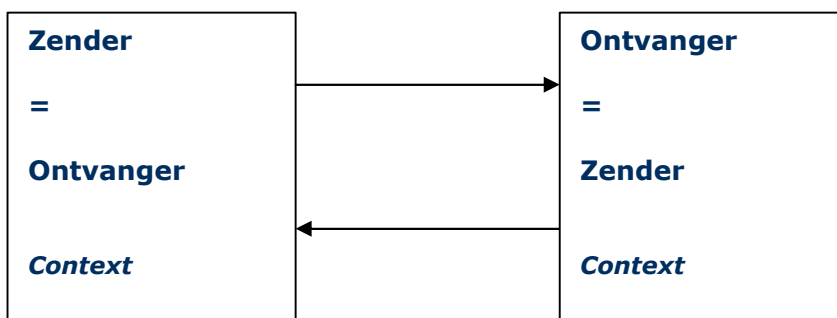


Deeladvies 3: Interactief communiceren

De tijd van enkel en alleen boodschappen uitzenden is voorbij. Individuen hebben behoefte aan interactiviteit en een (actieve) rol binnen het beleidsproces. De tweezijdige communicatie staat in figuur 5.3 weergegeven. Het advies aan Bureau Wbtv is om tolken en vertalers meer te betrekken in het communicatieverbeteringsproces en bij de inzet van communicatiemiddelen. Op die manier kan het bureau meer draagvlak creëren voor de organisatie.

Het onderstaande interactiemodel is toepasbaar, door constant proactief te reageren op bijvoorbeeld nieuws, ontwikkelingen en vragen vanuit het werkveld. Zo ontstaat er vanzelf een dialoog met tolken en vertalers.

Figuur 5.3 Interactiemodel voor communicatie (bron: Noelle Aarts en Cees van Woerkum)



Relatie verbeteren

Door op een actieve wijze met de doelgroep te communiceren, zal de relatie tussen de doelgroep en het bureau verbeteren. Het toont aan dat Bureau Wbtv bereid is om vragen te beantwoorden en een tussenweg zoekt tussen de 'persoonlijke aanpak' en een 'groepsbenadering'. Naast de verbeterde relatie is de kans op gedragsverandering groter, omdat de doelgroep het proces bewust meemaakt.

5.2 Samengevat advies

Bureau Wbtv kan zich beter profileren als een waardevolle instantie die het beste voorheeft met de vakgroep 'tolken en vertalen'. De adviezen zijn gericht op de manier waarop deze profilering het meest effectief zal zijn. De communicatie-uitingen moeten aansluiten op de doelgroep en op een 'positieve' manier gereframed worden. De negatieve lading die de wet en Bureau Wbtv nu met zich meedragen, moet vervangen worden door het positieve, door zich als bureau meer te richten op de voordelen van de wet. Door de doelgroep interactief te betrekken bij het proces, creëert het bureau meer draagvlak onder tolken en vertalers en vervolgens een langlopende relatie.

Puntsgewijs:

- inspelen op de voordelen en onderscheidende kenmerken van Bureau Wbtv;
- meer duidelijkheid en overzicht;
- 'klare taal' doorvoeren;
- positieve interpretatie van de werkelijkheid;
- tolken en vertalers meer betrekken in het communicatieverbeteringsproces.

Alle (deel)adviezen zijn gericht op het beïnvloeden van de doelgroep, ten voordele van Bureau Wbtv. De tolken en vertalers zullen het bureau eerder als waardevolle bedrage zien en daardoor gewilliger zijn om op de gewenste manier aan de voorwaarden te voldoen.

6. Communicatieplan

De strategische adviezen zijn geschikt voor de langere termijn. Ze geven niet weer wat de specifieke acties en maatregelen zijn die Bureau Wbtv moet nemen om de communicatie effectief aan te passen. In dit hoofdstuk staat een toelichting op de strategieën van prof. dr. B. van Ruler, de propositie (kernboodschap) vanuit Bureau Wbtv en de voorgestelde communicatiemiddelen en methoden. Het communicatieplan geeft een invulling aan de strategische adviezen uit hoofdstuk 5.

Een communicatieplan bevat in principe de volgende onderdelen: budget, tijd en een draaiboek. Deze onderdelen zijn niet voor alle lezers relevant, vanwege de specifieke informatie gericht op Bureau Wbtv. Om die reden staat deze informatie in de bijlage (p. 119, 120).

6.1 Strategie

B. van Ruler bedacht in 1989 het 'communicatiekruispunt'. In dit kruispunt staan vier communicatiestrategieën die men toepast om doelstellingen te bereiken. In dit geval de doelstellingen van hoofdstuk 1.

In figuur 6.1 staan de vier verschillende strategieën. Als een organisatie inzet op 'informatie', geeft zij vooral feiten en laat zij de ontvanger zelf een mening vormen. Bij 'overreding' beïnvloed je als organisatie de doelgroep op het gebied van kennis, houding en gedrag en vaak met behulp van massacommunicatie. Wanneer de communicatie informatief is en van twee kanten komt, waardoor er interactie ontstaat, noemt Van Ruler deze strategie 'dialogisering'. Een andere door Van Ruler beschreven strategie is 'formerings'. Hierbij ligt de nadruk op het beïnvloeden van de doelgroep met behulp van tweerichtingsverkeer.

Figuur 6.1 Communicatiekruispunt (bron: prof. dr. B. van Ruler, 1989)

	Doel: informatie bekendmaken	Doel: doelgroep beïnvloeden
Alleen zenden	Informereren	Overredenen
Zenden en ontvangen	Dialogiseren	Formeren

Formeren en dialogiseren

De adviezen uit het voorgaande hoofdstuk richten zich op het beïnvloeden van de doelgroep. De communicatiestrategieën 'dialogiseren' en 'formeren' sluiten aan bij dit doel vanwege de interactie tussen zender en ontvanger. Voor Bureau Wbtv is het essentieel dat de doelgroep goed geïnformeerd is over:

- de wet;
- Bureau Wbtv;
- permanente educatie;
- inschrijving;
- beëdiging.

De tolken en vertalers nemen kennis van de hiervoor genoemde onderwerpen, maar ze moeten, op den duur, ook ander gedrag gaan vertonen. Om die reden is het belangrijk de tolken en vertalers te 'beïnvloeden'.

Bij tolken en vertalers die zich kort geleden hebben ingeschreven is het advies om 'dialogisering' toe te passen. Men is in deze fase nog niet voldoende bekend met het bureau en de regelgeving om tot het gewenste gedrag te komen. Om die reden is het belangrijk informatie te delen. Zoek de interactie op, zodat men vragen kan stellen. Dit sluit aan op advies 2 en 4.

Communiceer interactief

Sluit aan bij de doelgroep

Voor ingeschreven tolken en vertalers die al een langere tijd in het register of op de Uitwijklijst staan, is het verstandig om 'formering' in te zetten, zodat Bureau Wbtv de groep beïnvloedt om de juiste keuzes te maken en zich aan de voorwaarden te houden. Het formen van de doelgroep is mogelijk door het '**reframen van de werkelijkheid**': beïnvloeding door ander termgebruik en een positieve schrijfstijl. Daarmee vorm je iemands mening om naar de gewenste 'perceptie'. Formering is een strategie die ook voor het allereerste advies van toepassing is: '**Profileren als waardevolle instantie**'. Eerst gebruikmaken van zenden en ontvangen leidt tot het beïnvloeden van de doelgroep, zodat deze zich realiseert dat het bureau wel degelijk van belang is voor de vakgroep tolken en vertalen.

Positiever formuleren

Benadruk de voordelen

6.2 Propositie (kernboodschap)

Om meer eenduidigheid te creëren in de communicatie-uitingen van Bureau Wbtv, bevat dit communicatieplan een kernboodschap richting de tolken en vertalers. De beste manier om deze groep zo goed mogelijk te bereiken is door nadruk te leggen op de voordelen die Bureau Wbtv kan bieden om een professionele tolk of vertaler te worden. Het is belangrijk om de informatie helder en 'to-the-point' te brengen, zonder omslachtig taalgebruik. De 'tone of voice' in de communicatie-uitingen moet professioneel zijn, maar niet afstandelijk.

Kernboodschap:

Raad voor Rechtsbijstand – Bureau Wbtv

Bureau Wbtv is onderdeel van de Raad voor Rechtsbijstand. Het ministerie van Justitie en Veiligheid heeft het bureau aangesteld om de Wet beëdigde tolken en vertalers (Wbtv) uit te voeren. De wet geeft aan dat beëdigde tolken en vertalers in het Register beëdigde tolken en vertalers (Rbtv) voor politie en justitie mogen werken. Bureau Wbtv beheert dit register en geeft aan welke inschrijfvoorwaarden er zijn. Als er geen tolk of vertaler beschikbaar is voor politie en justitie, kan het bureau een tolk of vertaler van de 'Uitwijklijst' inzetten. Tolken en vertalers op deze lijst zijn niet beëdigd en voldoen aan lagere inschrijfvoorwaarden.

Doel: professionele tolken en vertalers

De minister van Justitie en Veiligheid heeft de wet opgesteld om een register met meer professionele tolken en vertalers te kunnen aanbieden. Door de wet wordt de kwaliteit van de tolken en vertalers gewaarborgd en waar mogelijk vergroot. De inzet van gekwalificeerde tolken en vertalers door (justitie)afnemers wordt door de wet versterkt.

Bijscholing leidt tot professionaliteit

Om de professionele beroepshouding en uitoefening te stimuleren en gekwalificeerde tolken en vertalers in het register te kunnen opnemen, geldt de voorwaarde dat men binnen vijf jaar 80 punten voor permanente educatie haalt. De punten zijn te verkrijgen door bijvoorbeeld opleidingen, cursussen, workshops of seminars te volgen. Het uitgangspunt is dat permanente educatie bijdraagt aan de kwaliteit van de tolken en vertalers.

6.3 Methoden en middelen

Voor een effectief communicatiebeleid is het belangrijk om de juiste middelen en methoden te kiezen. De keuze hangt samen met verschillende dimensies van Bureau Wbtv, zoals:

- de boodschap;
- het budget;
- de doelgroep;
- frequentie;
- distributie.

Het advies aan Bureau Wbtv is om een aantal bestaande middelen aan te passen, zodat deze meer aansluiten op de doelgroep, wat de effectiviteit van de middelen vergroot.

6.3.1 Brochure

Bureau Wbtv heeft op dit moment drie brochures in omloop, die zijn gericht op:

- de wet;
- de gedragscode;
- opdrachtgevers van tolken en vertalers.

Op de website van Bureau Wbtv wordt de brochure beschreven als 'folder'. Om misverstand te voorkomen: de huidige 'folders' zijn eigenlijk 'brochures'. Een folder is één gevouwen pagina met informatie; een brochure heeft meerdere pagina's en wordt vaak op A5-formaat geprint. Dit communicatieplan richt zich op de brochure 'Wbtv voor tolken en vertalers'. Door de teksten vanaf het proces tot het einddoel in klare taal te beschrijven, is het voor de lezer begrijpelijk en ziet de tolk en vertaler de informatie in een nieuw jasje. Het is belangrijk om de nieuwe huisstijl van de Raad in de brochure te verwerken om zo de herkenbaarheid te vergroten. Het middel is vooral geschikt om de eerste drie adviezen uit te voeren: profileren als waardevolle instantie, aansluiting vinden met de doelgroep en het reframen van de werkelijkheid. Deze adviezen kunnen aan de hand van een goedgeschreven tekst uitgevoerd worden en het doel 'professionaliteit' sneller verwerkelijken.

Het doel van de brochure is het informeren van de ingeschreven tolken en vertalers. Het komt vaak voor dat tolken en vertalers hun inschrijving willen verlengen of een aanvraag doen voor een andere taal. In dit geval is het praktisch om de informatie bij de hand te houden, in de vorm van een informatieve brochure, waar de benodigde informatie in staat. Bureau Wbtv speelt in op het kennisniveau van de doelgroep.

Verspreiding

Men is niet goed op de hoogte van de brochure (folder), terwijl tolken en vertalers de brochure doorgaans na de aanmelding ontvangen. Het is daarom van belang om deze nogmaals te verspreiden. Via de e-nieuwsbrief kondigt het bureau aan dat de ingeschreven personen nogmaals een brochure ontvangen via de post en vraagt of zij hier welwillend tegenover staan. Als zij ervoor kiezen om geen extra informatie te ontvangen, kunnen zij dit aangeven via de e-mail of de helpdesk.

6.3.2 Website

De website is sterk verouderd en de respondenten geven aan dat deze niet gebruiksvriendelijk is door het ontbreken van overzicht en door lastig taalgebruik. Het is daarom zaak om dit veelgebruikte communicatiemiddel doelgroepgericht in te delen (advies 2). Hieronder volgen een aantal verbeteracties, waardoor het voor tolken en vertalers gemakkelijker wordt om de gepresenteerde informatie te begrijpen.

Vormgeving

Voor de website geldt het advies om de lay-out op de huisstijl van de Raad af te stemmen. De Raad heeft reeds een vormgevingsbureau in de arm genomen om logo's en websites per organisatieonderdeel aan te pakken.

Het is voor Bureau Wbtv ook belangrijk dat het bureau herkenbaar is als onderdeel van de Raad en dat het een up-to-date website heeft, met een prettig ogende vormgeving die aansluit op het briefpapier. Bureau Wbtv heeft een eigen versie van het logo van de Raad.



Tussenkopjes en klare taal

Om overzicht te creëren, is het prettiger voor de lezer om meer gebruik te maken van samenvattende tussenkopjes boven de geschreven tekst. Dit versnelt het zoekproces voor personen die bijvoorbeeld in alle haast informatie willen inwinnen over een bepaald onderwerp (zie p. 52 van de bijlage: screenshot website).

De website is een van de belangrijkste communicatiemiddelen van Bureau Wbtv, omdat een groot deel van de tolken en vertalers de site als eerste raadpleegt bij het zoeken naar informatie. Wanneer de teksten heldere zinnen bevatten, zonder lastige woorden, zijn deze voor de doelgroep makkelijker te lezen en te begrijpen. De kernboodschap van paragraaf 6.2 speelt hierbij een essentiële rol. De tekst van de brochure kan ook op de website geplaatst worden, zodat de vernieuwde versie daarop staat.

6.3.3 E-nieuwsbrief

Ook voor de e-nieuwsbrief is het belangrijk om de schrijfstijl laagdrempelig(er) te maken. Dat betekent: actief schrijven, in toegankelijke zinnen, omdat woorden en uitspraken daardoor niet alleen het lezen zelf gemakkelijker maken, maar ook de begrijpelijkheid van de tekst vergroten. De e-nieuwsbrief is een gemakkelijk inzetbaar middel om 'reframing' toe te passen. Vooral door bepaalde onderwerpen te mijden, de meer positieve kanten van Bureau Wbtv te belichten en feiten en feitjes weer te geven (bijvoorbeeld: de 2000^e tolk heeft zich vandaag aangemeld).

6.3.4 Bijeenkomsten

Om de interactiviteit (advies 4) tussen Bureau Wbtv en de tolken en vertalers te stimuleren, is het gebruik van groepsgesprekken zeer van toepassing. Door het organiseren van deze bijeenkomsten, waarin men in dialoog kan gaan met het bureau, stimuleert het bureau de betrokkenheid en geeft het aan dat het als organisatie luistert naar de doelgroep.

Het advies is om elk halfjaar een bijeenkomst te organiseren die in de e-nieuwsbrief wordt aangekondigd. Men kan zich daar aanmelden, tot een maximum van twintig tolken en vertalers. Op die manier kan de bijeenkomst gemakkelijk in een vergaderzaal in een van de kantoren van de Raad plaatsvinden. Hiermee bespaart het bureau kosten, tijd en moeite.

6.3.5 Helpdesk

De helpdesk is een communicatiemiddel dat goed ingezet kan worden om de 'interactie' en aansluiting met de doelgroep te vinden (advies 2 en 4). De helpdesk staat vooral bekend om zijn onbereikbaarheid. Een belangrijke reden daarvan is dat een beller eerst een lange boodschap te horen krijgt. Ook als de helpdeskmedewerker wel aanwezig is, hoort de beller eerst het hele bericht voordat er een persoon aan de lijn komt. Dit levert frustraties op, omdat de boodschap erg lang duurt. Daarnaast is er geen verschil tussen de boodschappen, zodat niet duidelijk is of de helpdesk bijvoorbeeld in gesprek is of niet bereikbaar vanwege een feestdag.

Het advies is dan ook om de boodschap korter en specifiek te maken. Het helpt als iemand te horen krijgen waar je als beller aan toe bent. Ter illustratie: 'U bent beller nummer twee, u wordt zo snel mogelijk geholpen.' Of: 'Bureau Wbtv is vandaag niet bereikbaar vanwege Tweede Paasdag; vanaf dinsdag 12 april zijn we weer van 9.00 tot 13.00 uur bereikbaar'.

Het is een vorm van verwachtingen managen. De personen die Bureau Wbtv proberen te bereiken, hebben dan meer het gevoel dat Bureau Wbtv alles doet om ze van dienst te zijn.

- Zoals in de inleiding staat aangegeven, zijn de onderdelen budget, tijd en het draaiboek te vinden in de bijlage (p.119, 120).

6.4 Samengevat communicatieplan

Door in te zetten op dialogiseren en formeren zijn de adviezen het meest effectief. Deze keuze biedt immers voldoende gelegenheid om de doelgroep te beïnvloeden en samen in gesprek te gaan.

De kernboodschap die in de communicatiemiddelen: brochure, website, e-nieuwsbrief, bijeenkomsten en de helpdesk naar voren komt, is gericht op de kernactiviteiten van Bureau Wbtv en de voorwaarden van de wet.

7. Evaluatie

Uit de focusgroepsbijeenkomsten met tolken en vertalers is gebleken dat men graag vaker de kans krijgt om opinies te delen. Bij dit onderzoek is dan ook gevraagd naar deelnemers voor een focusgroep en voor een klantenpanel. Zodat er ook daadwerkelijk opnieuw contact kan worden gezocht.

Om te meten of de communicatieacties effectief zijn, heeft Bureau Wbtv de mogelijkheid om een nieuwe enquête te versturen of een aantal personen rechtstreeks om feedback te vragen via het klantenpanel. Op deze manier betreft het bureau de personen bij het proces om te peilen of de communicatie nu beter aansluit op de doelgroep en of de huisstijl nu wél herkenbaar is.

Het advies is om eens per halfjaar een focusgroepsbijeenkomst te organiseren, waarin tolken en vertalers zelf onderwerpen aansnijden over de communicatie van Bureau Wbtv. Wanneer reeds een enquête is uitgezet, is het mogelijk om tijdens de bijeenkomsten dieper in te gaan op die onderwerpen, zodat de organisatie niet alleen statistische gegevens binnenhaalt, maar ook de dieperliggende gedachten en meningen.

Er is in dit onderzoek geen diepere invulling gegeven aan de culturele grondslag. De tolken en vertalers komen vooral uit Europa, maar uit verschillende landen. Om na te gaan of er mogelijk toch verschillen zijn die zijn terug te voeren op cultuurverschillen of verschillen in afkomst/religie, zou een specifiek vervolgonderzoek nog nieuwe feiten aan het licht kunnen brengen.

8. Bronvermelding

Literatuur

- Aarts, N en Woerkum van, C. (2008) Strategische communicatie principes en toepassingen. Assen: Van Gorcum
- Bruel, M en Postma, P. (2006) De geluikswinkel over het binden en boeien van klanten. Schiedam: Scriptum
- Floor, K. en Raaij van, F (2006). Marketingcommunicatiestrategie. Groningen: Wolters-Noordhoff
- Hentelaar, F en Ketelaar, P en Kooter, M. (2011) Groepen in focus. Den Haag: Boom Lemma Uitgevers.
- Holzhauer, F.F.O. (2002) Communicatie theorie en praktijk. Schoonhoven: Academic service.
- Leeuw de, E.D. (2010) Passen en meten: de kwaliteit van internetenquêtes. (Pdf document zonder uitgeverij)
- Oomkes, F.R. (2006). Communicatieleer een inleiding. Leusden: Boom onderwijs
- Ruiters, F. (2011). Valueframing. Amsterdam: Kluwer
- Verhoeven, N. (2007) Wat is onderzoek?. Middelburg: Boom onderwijs.
- Wassenaar, I en Jumelet J. (2003). Overheidscommunicatie. Utrecht/Zutphen: Thiememeulenhoff

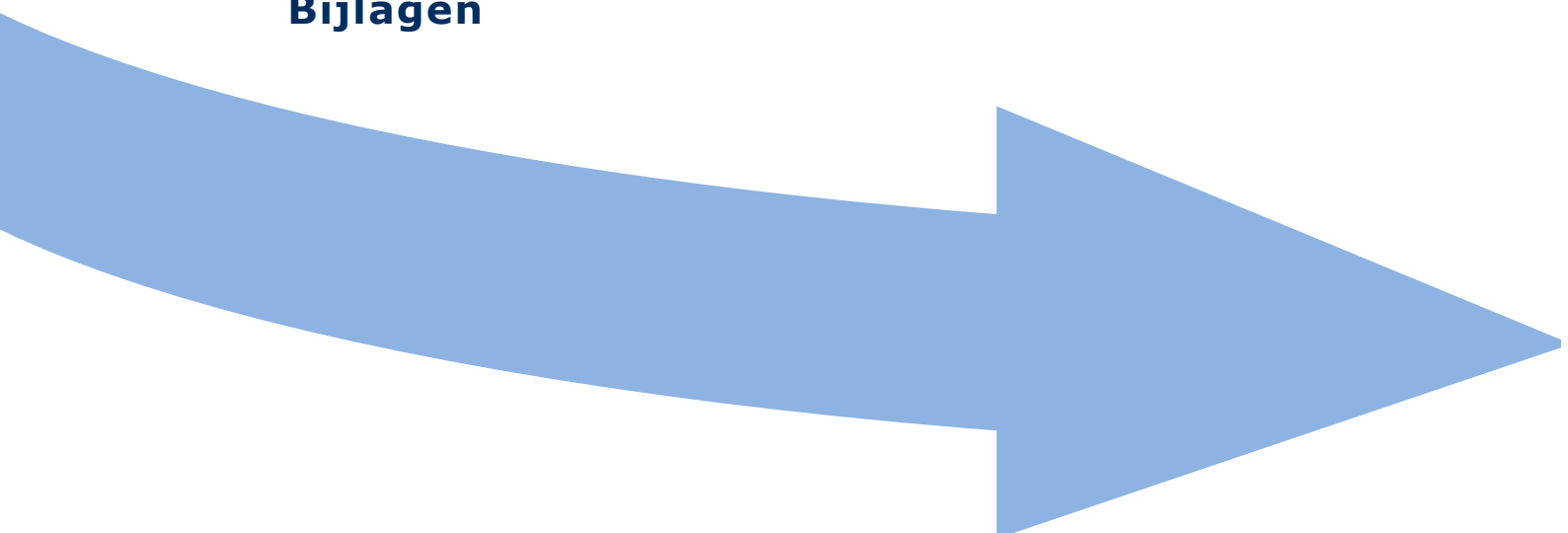
Internet

- Bartelds, J. (2012). Organisatiemerk is een illusie. Adformatie, marketing. Verkregen op 23 april 2012 van www.adformatie.nl/nieuws/bericht//controle-over-organisatiemerk-is-een-illusie
- Berg, H (2004) Discours analyse. Verkregen van http://www.boomlemmatijdschriften.nl/tijdschrift/KWALON/2004/2/KWALON_2004_009_002_006.pdf
- Bureau Wbtv (2012). Verkregen op 25 november 2012 van www.bureaubtv.nl
- Duursma, L (2011). Hoeveel procent van jouw communicatie is non verbaal. Verkregen op 3 april 2012 van www.debatblog.nl
- Fulcher, E (2012). What is discourse analysis?. Verkregen op 16 februari 2012 van www.eamonfulcher.com/discourseanalysis.nl
- Furneaux, B. (2005). Theory of planned behavior. Verkregen op 23 april 2012 van <http://www.istheory.yorku.ca/theoryofplannedbehavior.htm>
- KPVV-weblog reisgedrag (2012). Campagnes, hebben die zin? Theorie en praktijk over het beïnvloeden van reisgedrag. Verkregen op 17 april 2012 van <http://kpvv-reisgedrag.blogspot.com>
- Labyrinth. Deskresearch. Verkregen op 22 februari 2012 van <http://www.labyrinthonderzoek.nl/Deskresearch.htm>
- M. (2012). Cognitieve dissonantie. Verkregen op 11 april 2012 van www.mens-en-samenleving.infonu.nl/psychologie/94140-cognitieve-dissonantie.html
- Quicken organisatie adviseurs, (2011). Cognitieve dissonantie. Verkregen op 28 maart 2012 van www.groepsdynamiek.nl/cognitieve_dissonantie.nl
- Raad voor Rechtsbijstand (2012). Over de organisatie. Verkregen op 20 november 2011 van www.rvr.org
- Rijnbergen, T (2012) De vijf ontwikkelingsstadia van Bruce W. Tuckman. Verkregen op 2 februari 2012 van www.teamontwikkeling.net/groepsdynamischetheorieen/ontwikkelingsstadia_Tuckman.asp
- Visser, C (2009). Het wat en hoe van reframing', oplossingsgerichtmanagement, verkregen op 17 april 2012 van www.oplossingsgerichtmanagement.nl/ongerubriceerd/het-wat-en-hoe-van-reframing
- Wiggers, P. (2003). Een balanced scorecard is alleen zinvol als het beslissingen ondersteunt. Alforto. Verkregen op 13 maart 2012 van www.alforto.nl/index.html?balancedscorecard.nl

- Haagse redactie. (2012). Tip: stap niet in het 'frame' van Wilders. Verkregen op 6 april 2012 van <http://www.nrcnext.nl/blog/2010/02/09/tip-stap-niet-in-het-frame-van-wilders/>



Bijlagen



Inhoud

Bijlage 1:	De Raad voor Rechtsbijstand	46.
1.1	Onderdelen van de Raad	48.
1.2	Organisatiestructuur	49.
1.3	Missie en visie	50.
1.5	Huidig communicatiebeleid Bureau Wbtv	51.
1.5	Klare taal bij de Raad	53.
1.6	Klare taal vertaallijst	54.
1.7	Omgeving van Bureau Wbtv	55.
Bijlage 2:	Onderzoek	57.
2.1	Doelgroep	57.
2.2	Enquêtevragen	58.
2.3	Grafieken enquête	64.
2.4	Analyse open antwoorden	99.
2.5	Vergelijken van resultaten	100.
2.6	Representativiteit van kwantitatief onderzoek	105.
2.7	Inhoud focusgroepsbijeenkomst	106.
2.8	Focusgroepsbijeenkomst samenvatting	107.
2.9	Discoursanalyse	111.
Bijlage 3:	Communicatieplan	119.
3.1	Budget	119.
3.2	Tijdsplan en activiteitenplanning	120.

Bijlage 1. Raad voor Rechtsbijstand

1.1 Onderdelen van de Raad

Rechtwijzer

Als iemand een conflict heeft, kun je met de online Rechtwijzer uitzoeken wat je kunt doen en wie daarbij kan helpen. Daarbij helpt de Rechtwijzer bij het schrijven van een brief of een bezwaarschrift.

Het Juridisch Loket

Naast de Rechtwijzer, financiert de Raad Het Juridisch Loket. Het Juridisch Loket is een onafhankelijke publieke organisatie waar iedereen in Nederland gratis juridisch advies krijgt. Als het probleem heel ingewikkeld is verwijzen ze de hulpbehoevende door naar een advocaat of mediator.

Bureau Wsnp

Schuldsanering is ook een taak van de Raad voor Rechtsbijstand. Dat neemt vorm in Bureau Wsnp. Mensen met een onoplosbare schuld kunnen een rechter verzoeken om wettelijke schuldsanering. Als de rechter dat goedkeurt krijgt de schuldenaar een bewindvoerder die erop toeziet dat hij de regels naleeft. Drie jaar lang moet de burger zoveel mogelijk geld aflossen, daarna kan de rechter de rest kwijtschelden. Bureau Wsnp van de Raad voor Rechtsbijstand beheert o.a. het register van bewindvoerders en betaalt de deelnemende bewindvoerders. Dit is geregeld in de Wet schuldsanering natuurlijke personen (Wsnp).

Asiel

De Raad voor Rechtsbijstand geeft asielzoekers een advocaat. Bureau Legal Aid verzorgt de aanvragen rondom asiel. Het bureau is gevestigd in Arnhem. Een afdeling van de Raad voor Rechtsbijstand is ook gevestigd in de vier aanmeldcentra voor asielzoekers.

Bureau Wbtv

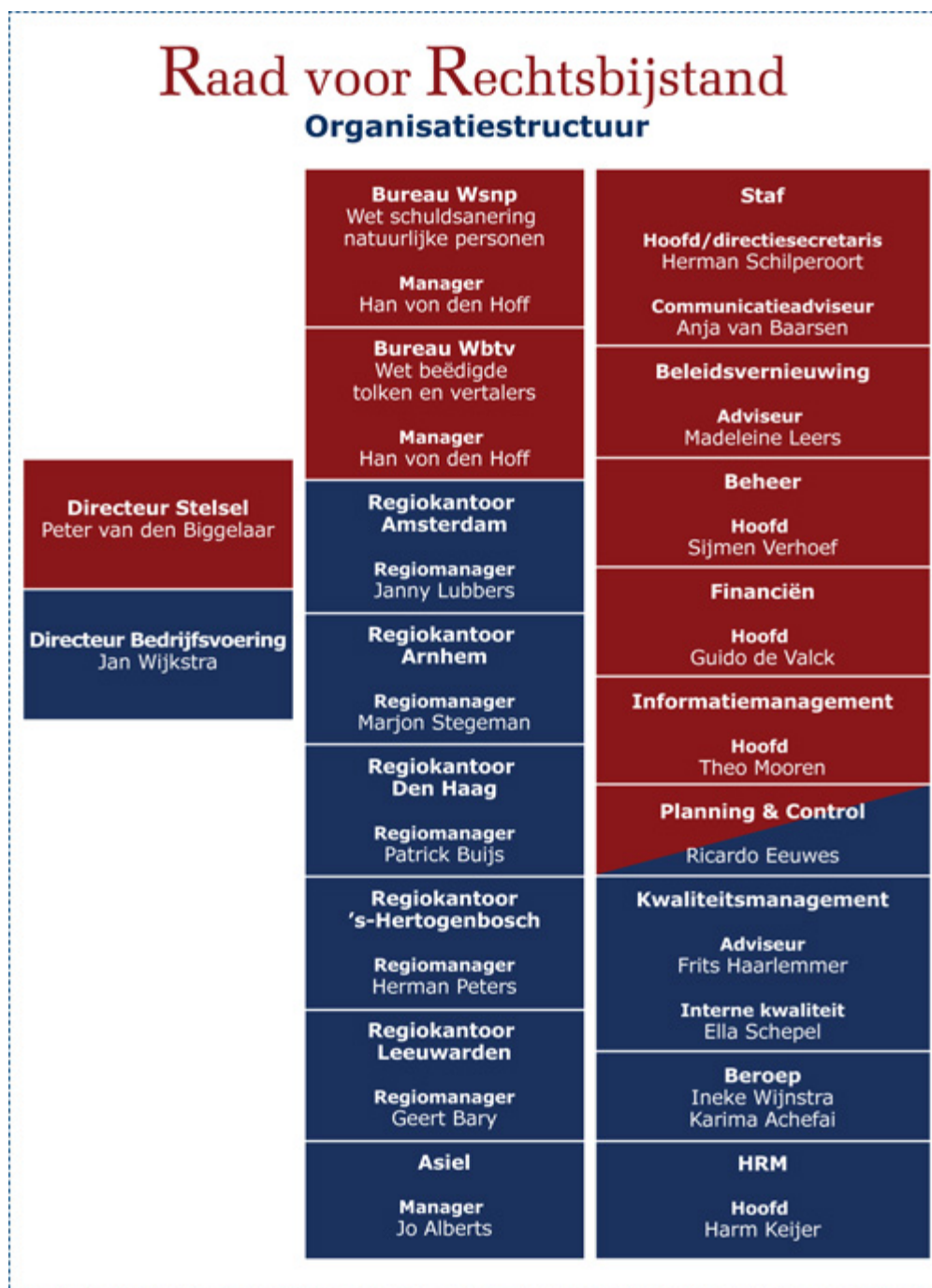
Bureau Wbtv is onderdeel van de Raad voor Rechtsbijstand en is door de Minister van Veiligheid en Justitie belast met een aantal uitvoeringsaspecten van de Wet beëdigde tolken en vertalers (Wbtv).

Bureau Wbtv is aangewezen als beheerder van het register en houdt zich naast het in- en uitschrijven van tolken en vertalers ook bezig met:

1. ontwikkelen van beleid rond de Wbtv en adviseren over toekomstige ontwikkelingen om de kwaliteit van tolken en vertalen (in het justitiedomein) verder te ontwikkelen en versterken;
2. behandeling van klachten over registertolken en –vertalers worden ingediend;
3. aanwijzen van instellingen en deskundigen die taal- en cultuurtoetsen mogen afnemen;
4. aanwijzen van opleidingen voor permanente educatie;
5. uitgeven van bewijzen van inschrijving voor de beëdiging door de rechtbanken;
6. uitgeven van de legitimatiepas btw, zo kunnen ze aantonen dat ze in het Rbtv staan ingeschreven;
7. voorlichting over de werking van de Wbtv.

Daarnaast houdt Bureau Wbtv contact met verschillende partijen uit de tolk- en vertaalbranche.

1.2 Organisatiestructuur Raad voor Rechtsbijstand²¹



²¹ Jorkeveld, R. 29 november 2011

1.3 Missie & visie Raad voor Rechtsbijstand

De Raad voor Rechtsbijstand heeft een missie: burgers moeten toegang hebben tot goede en betaalbare dienstverleners en ondersteuning bij juridische problemen. De Raad wil dit op een professionele en constructieve wijze doen.

De lange termijn wensen van de Raad: *de visie*²²

- “De Raad bevindt zich op het kruispunt van beleid en uitvoering. De Raad draagt daarom (pro)actief bij aan de ontwikkeling van nieuw beleid op het ministerie van Veiligheid en Justitie. De Raad werkt met ketenpartners aan vereenvoudiging van procedures en regelgeving. En ziet toe op maatschappelijk verantwoorde en doelmatige besteding van beschikbare middelen.
- De Raad versterkt de zelfredzaamheid van burgers met juridische problemen door een gevarieerd en transparant aanbod aan voorzieningen te leveren. De Raad biedt maatwerk waar nodig.
- De Raad werkt continu aan verbetering van zijn dienstverlening door intensief samen te werken met zijn directe partners: advocatuur, mediators en het Juridisch Loket.
- De legitimiteit van de uitvoering van de Wet op de rechtsbijstand vraagt van de Raad continue analyse, ‘samen leren’ en het vermogen zich aan te passen aan wijzigende omstandigheden. Een noodzakelijke voorwaarde daarvoor is het samen aanleren van klantgerichte dienstverlening, met de daarbij horende sensitiviteit en (gespreks)vaardigheden. Om aan deze voorwaarde te voldoen is ruimte, energie en creativiteit van medewerkers nodig.”²³

Visie Bureau Wsnp (Wet schuldsanering natuurlijke personen)

Maatschappelijk en politiek uitgangspunt van de aanpak van problematische schulden (incl. de Wsnp) is (naast preventie) dat personen met problematische schulden, kans krijgen op een schone lei. Dit kan gebeuren door een schuldhelpverleningstraject of via wettelijke schuldsanering. Nadat de schulden gesaneerd zijn kan de burger weer volop meedraaien in de maatschappij.²⁴

Visie Bureau Wbtv (Wet beëdigde tolken en vertalers)

De definitieve visie van Bureau Wbtv is nog niet geformuleerd. Het doel van de Wbtv is wel duidelijk. Namelijk: de kwaliteit van tolken en vertalers bevorderen. Dit doen zij door eisen te stellen aan inschrijving in het register. (Beëdigde) tolken en vertalers houden zich aan alle regels en leveren hoogwaardige kwaliteit in tolk-/vertaaldiensten. Op de volgende pagina staat meer informatie over de communicatie van Bureau Wbtv.

²² www.rvr.org

²³ www.rvr.org

²⁴ www.wsnp.rvr.org

1.4 Huidig communicatiebeleid Bureau Wbtv

Bureau Wbtv beoordeelt of tolken en vertalers aan de gestelde eisen voor inschrijving in het Rbtv of plaatsing op de Uitwijkljst voldoen. De tolken, vertalers en afnemers van tolk- en vertaaldiensten zijn de hoofddoelgroepen van Bureau Wbtv. Er worden verschillende communicatiemiddelen ingezet om deze groepen te informeren.

E-nieuwsbrief

De afnemers en de tolken/vertalers kunnen zich aanmelden voor de e-nieuwsbrief. Deze verstuurt het bureau via een digitale route: de e-mail.

Alle bij Bureau Wbtv aangemelde tolken en vertalers ontvangen de nieuwsbrief. Ook kunnen tolken en vertalers die niet zijn ingeschreven, afnemers en andere geïnteresseerden zich via de site van Bureau Wbtv abonneren. De nieuwsbrief staat ook in het digitale archief van Bureau Wbtv, onder het kopje 'Nieuws' op de homepage: www.bureaubtv.nl.

Als iemand de nieuwsbrief opent via e-sender, krijg je een overzichtelijk beeld van de nieuwsfeeds met een korte beschrijving. Als je op 'lees verder' drukt, dan verschijnt het volledige bericht op de website. Het is qua lay-out niet vergelijkbaar met de website, het mist aan samenhang in het kader van de huisstijl.

Website

De website is één van de belangrijkste communicatiemiddelen. Bureau Wbtv plaatst daar alle informatie voor de doelgroep. Digitale informatiebronnen zijn tegenwoordig heel belangrijk, omdat het grotendeel van de huishoudens over het internet beschikt en voordat ze bellen, de website afstruinen. Zie afbeelding 1.4.1 voor een screenshot van de website.

Helpdesk

Bureau Wbtv is elke werkdag van 9.00 tot 13.00 uur telefonisch bereikbaar voor vragen en opmerkingen voor zowel tolken en vertalers als hun afnemers. Veel besproken onderwerpen zijn de wet, opleidingsmogelijkheden en inschrijving in het register. Met behulp van het persoonsgebonden nummer kan de helpdeskmedewerker de gegevens van de ingeschrevene zien. Dit versnelt het oplosproces.

Via de e-mail is het bureau bereikbaar op info@bureaubtv.nl. De e-mailberichten beantwoorden de medewerkers doorgaans binnen 48 uur. Het kost tien cent per minuut om de helpdesk te bellen, het kan zijn dat dit voor een aantal personen een reden is om niet te bellen en eerder kiezen voor het versturen van een e-mail. E-mail is nog altijd gratis toegankelijk, afgezien van de eigen internetkosten.

Folders of brochures?

Er zijn drie folders die Bureau Wbtv verspreidt. Nummer één is voor de tolken en vertalers, nummer twee is voor de afnemers van tolken en vertalers en nummer drie is de algemene gedragscode voor de tolken en vertalers. De folders die bedoeld zijn voor tolken en vertalers, krijgen de folder na aanmelding direct thuis gestuurd. Verder staan ze op de website als PDF-exemplaar. Het zijn informatieve folders waarin de regels en voorwaarden staan beschreven.

Presentaties

Bureau Wbtv verzorgt regelmatig presentaties. Voornamelijk om personen te informeren over de richtlijnen van de wet en om vragen te beantwoorden. Rechtbanken nemen nu ook vaker het initiatief door informatiedagen te organiseren, waar Bureau Wbtv vervolgens informatie kan geven over bijvoorbeeld de permanente educatie, de werking van de wet of de afnameplicht.

Afbeelding 1.4.1. Screenshot website Bureau Wbtv

		Spaans	
Vrije Universiteit	Masterspecialisatie ICT en Vertalen	Engels	www.vu.nl
Hogeschool Utrecht	Opleiding Tolk Gebarentaal	Nederlandse Gebarentaal NGT	www.hu.nl

Ad. 2. Anderszins

Voor veruit de meeste talen is geen tolk- of vertaalopleiding op hbo-niveau beschikbaar. Soms zijn er wel talenstudies beschikbaar, maar het aanbod aan specifieke tolk- en vertaalopleidingen is relatief klein. De Wbtv voorziet in dit gebrek en biedt tolken en vertalers de mogelijkheid om op een andere manier aan te tonen dat zij voor inschrijving in aanmerking komen:

- via het getuigschrift waaruit blijkt dat een tolk/vertaaltoets Wbtv * met succes is afgelegd;
- via het diploma van de SIGV-cursus Gerechtstolken in Strafzaken of Juridisch Vertaler**;
- via een certificaat waaruit blijkt dat een volledig Kernteamtraject is afgesloten***;
- via een positief advies van de Commissie btw

* De Raad voor Rechtsbijstand heeft een kader vastgesteld, waaraan tolk/vertaaltoetsen moeten voldoen, alvorens het getuigschrift recht geeft op inschrijving in het Rbtv. Op dit moment worden dergelijke toetsen alleen aangeboden door de [SNEVT](#). Aangezien er geen structureel aanbod aan deze toetsen is en ook de aangeboden talencombinaties en vertaalrichtingen wisselen, is het raadzaam om de website van Bureau Wbtv en de [SNEVT](#) in de gaten te houden voor het actuele aanbod.

** De taaloverstijgende opleiding Gerechtstolken in Strafzaken geeft geen recht op inschrijving. Het aanbod van de SIGV is wisselend. Check [hier](#) welke opleidingen er aangeboden worden.

*** Het Kernteam bestaat niet meer sinds 2005. Een getuigschrift geeft echter nog steeds recht op inschrijving. Het Kernteam was een organisatie die in het leven werd geroepen om Kennis- en Praktijktoetsen af te nemen, teneinde een extra manier aan te bieden om inschrijving in het, inmiddels opgeheven, Kwaliteitsregister tolken en vertalers (hierna: het Ktv) te realiseren. Er was op het moment van oprichting namelijk een zeer gering aanbod aan erkende tolk- en vertaalopleidingen. Alleen een getuigschrift waaruit blijkt dat zowel de kennis- als de praktijktoetsen met succes zijn afgelegd, gaf recht op inschrijving in het Ktv en geeft nu recht op inschrijving in het Rbtv. De praktijktoets kon overigens alleen worden afgenomen na het behalen van alle kennistoetsen.

De Commissie btw

De Commissie btw bestaat uit een aantal deskundigen dat periodiek adviezen uitbrengt over verzoeken tot inschrijving in het Rbtv. Uw verzoek tot inschrijving wordt pas aan de Commissie btw voorgelegd als u aannemelijk heeft gemaakt dat u:

- A. beschikt over ten minste hbo- werk- en denkniveau en
- B. de betreffende talen beheerst op ten minste C1-niveau van het [ERK](#) en
- C. scholing heeft genoten ter ontwikkeling van uw tolkvaardigheid en -attitude en/of vertaalvaardigheid en -attitude en
- D. reeds vijf jaren werkzaam bent als tolk en vertaler en ten minste 1000 uren heeft getolkt en ten minste 500.000 woorden heeft vertaald in alle talencombinaties en/of vertaalrichtingen waarop uw verzoek betrekking heeft

1.5 Klare Taal bij de Raad²⁵

“Als je het niet eenvoudig kan uitleggen, snap je het zelf niet.”

Albert Einstein

Iedereen leest graag duidelijke teksten, niet alleen een laagopgeleide burger, maar ook hoger opgeleide mensen, zoals een advocaat. Het scheelt de lezer tijd en moeite. Bedenk goed voor wie je schrijft. Wat weet je lezer al? Wat wil je dat hij gaat doen? Bedenk je: hij is niet jouw lezer... jij bent zijn schrijver.



Schrijftips

- § Zet de boodschap voorop. Dit is nooit een wetsartikel.
- § Vervang passieve zinnen door actieve zinnen. Voorbeeld: er is door de Raad besloten = de Raad heeft besloten.
- § Kies als uitgangspunt: 'hoe zeg ik het?' en niet: 'hoe schrijf ik het?'
- § Verwijs naar wetteksten, citeer ze liever niet. Geef waar nodig in eenvoudig Nederlands de strekking weer. Een verwijzing naar het wetsartikel is vaak voldoende.
- § Maak te lange zinnen korter. Vuistregel: maximaal 10 tot 15 woorden.
- § Maak korte alinea's: maximaal vier tot vijf regels. Plaats boven de alinea een tussenkopje.

'Zullen te worden te hebben te zijn'

Het gebruik van het werkwoord 'zullen' is in een zin bijna altijd overbodig. Ook 'worden' kun je vaak weglaten. Bekijk onderstaande drie zinnen. Je ziet al snel welke zin het duidelijkste is.

1. Als het woord zullen weggelaten zal worden, zal de zin vaak beter leesbaar worden.
2. Als het woord zullen weggelaten wordt, wordt de zin vaak beter leesbaar.
3. Als je het woord zullen weglaat, is je zin vaak beter leesbaar.

De Raad of de raad?

Raad voor Rechtsbijstand wordt geschreven met hoofdletters in ons logo en in de rest van onze communicatie. De afkorting van de naam Raad voor Rechtsbijstand, 'de Raad', schrijven we ook met een hoofdletter. Naast 'de Raad' gebruiken we in teksten 'wij' als we het over de Raad hebben.

²⁵ Baarsen van, A. Gepubliceerd op het 'intranet' van de Raad voor Rechtsbijstand

Vertaallijst

Klare taal vraagt om duidelijke woorden die zoveel mogelijk mensen kennen en dagelijks gebruiken. We hebben een lijst gemaakt met woorden die we bij de Raad veel in teksten gebruiken, maar die voor veel onduidelijkheid zorgen. Omdat ze moeilijk zijn of niet veel (meer) gebruikt worden.

Schrijf je een brief en zie je dat je een van deze woorden gebruikt? Vervang hem dan met het alternatief dat erachter staat.

1.5 Vertaallijst

Geen klare taal

aantreffen
Afschrift
Alvorens
Benevens
betreffende
dan aanvaardt men daarmee dat
dienen te
doch, echter
een groot aantal
Gaarne
Geachte
Geschil
gezien het feit dat
(u) hebt
Hetgeen
het onderhavige
het toenemen van
het afnemen van
het verminderen van
(het overzicht) hetwelk
hoogachtend
Indien
indien men aanneemt dat
in het kader van
in verband met
in verband met het feit dat
Inzake
Jegens
met betrekking tot
om deze redenen
Omtrent
ondanks het feit dat
op deze wijze/manier
raadsman-/vrouw
rechtzoekende
Reeds
respectievelijk
ten aanzien van
ten behoeve van

Alternatief

vinden
kopie
voordat
en
over, voor
dan
moeten
maar
veel
graag
beste
conflict, probleem
omdat
(u) heeft
wat, degene wat
dit, dat
meer
minder
minder
dat
met vriendelijke groet
als
als
wegens
wegens
omdat
over, voor, bij
tegen
over, voor
daarom
over
hoewel
zo
advocaat
cliënt
al/inmiddels
en
voor, over, bij
voor

Teneinde	om
ten gunste van	voor
Tevens	ook, verder, en
Thans	nu
voor het geval dat	als
voor wat betreft	over, voor
wat betreft	over, voor
wegens het feit dat	omdat
(de opdracht) welke	die
wilt u...	graag ontvangen wij
Zenden	sturen

1.6 Omgevingsfactoren

Bij Bureau Wbtv spelen meerdere omgevingsfactoren een rol bij het vormen van beleid. Allereerst is de opdrachtgever, het ministerie van Veiligheid en Justitie verantwoordelijk voor wat er binnen de Raad en dus ook bij Bureau Wbtv gebeurt. Door middel van de Wbtv wordt ernaar gestreefd de kwaliteit van tolk-/vertaaldiensten te waarborgen en waar mogelijk te vergroten.

Door het openbaar maken van de gegevens, kunnen ook andere opdrachtgevers gebruikmaken van deze gegarandeerde kwaliteit. Iedereen kan het openbaar register inzien (weliswaar met een beperkt aantal gegevens, dat ligt eraan of de tolk/vertaler gekozen heeft voor een volledig of een beperkt profiel). Daarom kunnen ingeschreven tolken en vertalers ook door andere opdrachtgevers worden ingezet.

Naast het ministerie en de tolken en vertalers zijn er ook nog anders stakeholders bij Bureau Wbtv²⁶:

- rechtbanken als opdrachtgever (tolkcoördinator);
- rechtbanken als legalisatie van handtekeningen op gewaarmerkte vertalingen;
- afnemers die met tolken en vertalers werken, zoals; gerechten (rechtbanken en gerechtshoven), politiekorpsen, Openbaar ministerie (OM), Koninklijke Marechaussee en Immigratie- en naturalisatie dienst (IND);
- mensen die gewaarmerkte vertalingen nodig hebben;
- verdachten in strafzaken;
- advocaten (houden toezicht op afnameplicht van rechtbanken bij Bureau Wbtv en kunnen een klacht indienen namens hun cliënt);
- advocaten als afnemers (communiceren met buitenlandse cliënten);
- asielzoekers;
- bemiddelingsbureaus.

Secundaire stakeholders:

- opleidingsinstituten;
- bijscholingsinstituten;
- brancheverenigingen en beroepsorganisaties (Politie Nederland, Raad voor de rechtspraak, directie IND, landelijk parket OM, etc);
- toetsinstellingen (voor de verplichte bijscholing);
- stempelfabrikanten (een gewaarmerkte vertaling moet een stempel bevatten).

²⁶ Hoff, H. von den. Manager van Bureau Wbtv. Gesproken op 16 november 2011.

Concurrenten

Bureau Wbtv heeft geen last van concurrentie. Bureau Wbtv is door de minister van Veiligheid en Justitie belast met enkele uitvoeringsaspecten van de Wbtv. Er zijn meerdere registers waar tolken en vertalers zich kunnen aanmelden, deze registers zorgen ervoor dat de tolken en vertalers vindbaar zijn, maar het register van de Wet beëdigde tolken en vertalers is het enige register met beëdigde personen.

Het register biedt ook anderen toegang tot gegarandeerde kwaliteit, omdat de openbare gegevens toegankelijk zijn voor iedereen. Om die reden zien bemiddelings- en vertaalbureaus Bureau Wbtv als concurrent.

In 2005 heeft de overheid de dienstverlening van het voormalige Tolk- en Vertaal Centrum Nederland (voorheen een overheidsinstantie) na een Europees aanbestedingstraject overgedragen aan Manpower Business Services Nederland. Het contract met Manpower/TVCN liep tot en met 31 december 2009. In het voorjaar van 2009 is een nieuwe aanbesteding gestart, volgens de Europese regelgeving.

Aanbestedingsprocedure

De aanbestedingsprocedure heeft eind december 2009 geleid tot het verlenen van de opdracht aan 'The Concorde Group' (alle vertaaldiensten en de tolkdiensten binnen het perceel rechtsbijstand) en 'Manpower/TVCN' (overige tolkdiensten). De Raad is verantwoordelijk voor de uitvoering van het contract voor het perceel rechtsbijstand. Het betreft echter een ander deel van de organisatie dan Bureau Wbtv.

In de contracten met de betreffende bemiddelingsbureaus staan onder meer eisen ter bevordering van de kwaliteit. De belangrijkste daarvan luidt dat de bureaus altijd eerst een tolk of vertaler moeten proberen te selecteren uit het register en als dat niet lukt dan mogen ze een tolk of vertaler van de 'Uitwijklijst' halen. Deze informele afnameplicht geldt voor alle opdrachten en dus ook voor diensten waarop de wettelijke afnameplicht van de Wbtv niet van toepassing is. Via controles wordt toezicht gehouden op de naleving van deze verplichting.

Bijlage 2: Onderzoek

2.1 Doelgroep

De doelgroep omvat zowel tolken en vertalers die staan ingeschreven bij Bureau Wbtv als in het register (Rbtv) als op de Uitwijkljst.

Tolken en vertalers die in het register en/of op de uitwijkljst staan moeten gedurende hun inschrijving of plaatsing wettelijk verplichte bijscholing volgen in het kader van hun inschrijving als (beëdigd) tolk en/of vertaler. Ze moeten daartoe een bepaald aantal permanente educatie punten behalen. Die punten zijn te verkrijgen door het volgen of verzorgen van opleidingen, cursussen, workshops, webinars, congressen, seminars en andere scholingsactiviteiten. Bureau Wbtv heeft de website ook in het Engels laten vertalen, omdat er ook een aantal tolken en vertalers zijn die niet in Nederland wonen en bijvoorbeeld als tolk Frans-Engels of Duits-Russisch in het register staan. Zij beheersen mogelijk de Nederlandse taal niet of onvoldoende. Het Nederlands hoeft niet één van de actieve talen te zijn.

Standpunten beëdigde tolken en vertalers

Veel tolken en vertalers begrijpen het doel van de Wbtv niet. Voor velen is het alleen meer papierwerk, regels, bureaucratische rompslomp en extra kosten. De voordelen zijn nog onduidelijk.

Gegevens

Momenteel staan er meer vrouwen dan mannen in het Rbtv. De meeste tolken/vertalers zijn geboren in Europa. Personen in de doelgroep wonen verspreid over Nederland. Er zijn ook tolken en vertalers die buiten Nederland wonen, maar die wel in het register of op de Uitwijkljst staan. De meest populaire talen waarin vertaald of getolkt wordt zijn Engels, Frans en Spaans (in combinatie met Nederlands).

Er zijn in totaal 3.666 tolken en vertalers. Daarvan is het merendeel vrouw, 2.514 vrouwen en 1.152 mannen. Dat is een groot verschil. Het aantal vertalers is ook beduidend hoger, met 3.283 mensen en 1.637 tolken. Daarvan zijn er meerdere zowel tolk als vertaler.²⁷

²⁷ Deze aantallen zijn in de maand november 2011 opgevraagd en verouderen snel door de aanmelding van nieuwe tolken en vertalers. Het kan zijn dat het aantal tolken/vertalers is gestegen, na het gedane onderzoek.

2.2. Enquêtevragen

Onderzoek communicatie Bureau Wbtv met tolken en vertalers

Deze enquête is een verdieping van het klanttevredenheidsonderzoek april 2011. De enquête gaat in op de communicatie van Bureau Wbtv, zodat wij deze kunnen verbeteren. Het invullen van de vragenlijst duurt ongeveer tien minuten.

1. Welk cijfer geeft u Bureau Wbtv voor zijn communicatie met u als tolk of vertaler? Onder communicatiemiddelen verstaan wij onze e-nieuwsbrief, folders, website, e-mails, brieven en presentaties.

1= zeer slecht en 10= is zeer goed

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6
- ☐ 7
- ☐ 8
- ☐ 9
- ☐ 10

2. Uit welk deel van de wereld en welk land komt u oorspronkelijk? Vul het werelddeel en land in.

- a) Noord-Europa, namelijk:
- b) Oost-Europa, namelijk:
- c) West-Europa, namelijk:
- d) Midden-Europa, namelijk:
- e) Zuid-Europa, namelijk:
- f) Noord-Afrika, namelijk:
- g) Oost-Afrika, namelijk:
- h) West-Afrika, namelijk:
- i) Midden-Afrika, namelijk:
- j) Zuidelijk-Afrika, namelijk:
- k) Noord-Amerika, namelijk:
- l) Midden-Amerika, namelijk:
- m) Zuid-Amerika, namelijk:
- n) Midden-Oosten, namelijk:
- o) Noord-Azië, namelijk:
- p) Midden-Azië, namelijk:
- q) Zuidoost-Azië, namelijk:
- r) Japan
- s) Oceanië, waaronder Australië en Nieuw-Zeeland, namelijk:
- t) Ik val niet in deze categorieën, namelijk:

3. Tolkt of vertaalt u vooral in de taal waar u vandaan komt? Zie vraag 2.

- a) Ja
- b) Nee, namelijk:

4. Tot welke religieuze stroming rekent u uzelf?

- a) Ik ben niet religieus
- b) Christelijk
- c) Islamitisch

- d) Boeddhistisch
- e) Hindoeïstisch
- f) Joods
- g) Anders

5. Bent u tolk of vertaler?

- a) Ik ben tolk
- b) Ik ben vertaler
- c) Ik ben zowel tolk als vertaler

6. Staat u ingeschreven in het Register Beëdigde tolken en vertalers (Rbtv) of staat u op de Uitwijklijst?

- a) Ik sta in het Rbtv
- b) Ik sta op de Uitwijklijst
- c) Ik sta in het Rbtv en op de Uitwijklijst

7. Bureau Wbtv benadert tolken en vertalers als één groep met: de e-nieuwsbrief, folders, website, e-mails, brieven en presentaties.

Ziet u liever een onderscheid in de communicatie tussen tolken en vertalers?

- a) Ja, ik wil graag informatie toegespitst op mijn vak als tolk of vertaler
- b) Nee, ik vind de informatie nu goed
- c) Ik ben zowel tolk als vertaler, alle informatie is op mij van toepassing
- d) Geen mening

8. Hoeveel tijd besteedt u per week in totaal aan uw vak tolken en/of vertalen? Zoals: acquisitie, werkvoorbereiding, tolken en vertalen, permanente educatie en administratie.

- a) 0 t/m 10 uur
- b) 11 t/m 20 uur
- c) 21 t/m 30 uur
- d) 31 t/m 40 uur
- e) Meer dan 40 uur per week

9. Hoeveel uur per maand besteedt u aan het verzamelen en het bijhouden van algemeen nieuws en algemene ontwikkelingen op het gebied van tolken en vertalen?

- a) 0 t/m 5 uur per maand
- b) 6 t/m 10 uur per maand
- c) 11 t/m 16 uur per maand
- d) Meer dan 17 uur per maand
- e) Hier besteed ik geen tijd aan (ga verder naar vraag 11)

10. Waar zoekt u informatie over algemeen nieuws en algemene ontwikkelingen op het gebied van tolken en vertalen? (meerdere opties mogelijk)

- a) Internet, zoals:
- b) Vakbladen zoals:
- c) Tijdschriften, zoals:
- d) Kranten
- e) Folders van Bureau Wbtv
- f) Website van Bureau Wbtv
- g) Presentaties van Bureau Wbtv
- h) Andere presentaties, namelijk:
- i) Collega's
- j) Via bemiddelingsbureaus
- k) Ik zoek geen informatie over nieuws en ontwikkelingen

11. Hoe wilt u dat Bureau Wbtv u informeert over algemeen nieuws en ontwikkelingen op het gebied van tolken en vertalen. Geef uw voorkeur in de volgorde aan.

- a) E-nieuwsbrief van Bureau Wbtv
- b) Post
- c) Website
- d) Folders
- e) Telefoon
- f) Presentaties/bijeenkomsten
- g) Sociale media zoals: LinkedIn of Twitter

12. Bureau Wbtv communiceert over onderwerpen voor tolken en vertalers. Er volgen nu een aantal van die onderwerpen. Het kan zijn dat deze momenteel niet van toepassing zijn op uw situatie. Dan kunt u antwoorden met 'weet niet (meer)'

Vindt u de informatie over de volgende onderwerpen duidelijk? (1= zeer onduidelijke 5= zeer duidelijke)

	Informatie over:	Informatie duidelijk?	Weet niet (meer)
1.	Doel van de Wet beëdigde tolken en vertalers (Wbtv)	1-2-3-4-5	
2.	De beoordeling van een inschrijvingsverzoek door Bureau Wbtv	1-2-3-4-5	
3.	De criteria voor inschrijving in het Rbtv en plaatsing op de Uitwijkljst	1-2-3-4-5	
4.	De beëdiging door de rechtbank	1-2-3-4-5	
5.	Verlenging van een inschrijving in het Rbtv of de Uitwijkljst	1-2-3-4-5	
6.	De wijze waarop gegevens bij Bureau Wbtv worden gewijzigd	1-2-3-4-5	
7.	Nieuws en ontwikkelingen in de tolk- en vertaalbranche	1-2-3-4-5	
8.	De rol van de Commissie btv	1-2-3-4-5	
9.	De criteria voor puntentoekenning bij permanente educatie (PE)	1-2-3-4-5	
10.	De beoordeling van een verzoek om PE puntentoekenning door Bureau Wbtv	1-2-3-4-5	
11.	Tolk- en vertaaltoetsen	1-2-3-4-5	
12.	Verkrijgen en behouden van de legitimatiepas van Bureau Wbtv	1-2-3-4-5	
13.	Afnameplicht van politie en justitie	1-2-3-4-5	
14.	De gedragscode voor tolken en vertalers	1-2-3-4-5	
15.	De behandeling van klachten tegen tolken en vertalers	1-2-3-4-5	
16.	De procedure voor het indienen van een bezwaarschrift tegen een besluit van Bureau Wbtv	1-2-3-4-5	

13. Heeft u behoefte aan meer informatie over de volgende onderwerpen?
1=zeer weinig 5=zeer veel

	Behoefte aan meer informatie?	Informatie behoefte	Weet niet (meer)
1.	Doel van de Wet beëdigde tolken en vertalers (Wbtv)	1-2-3-4-5	
2.	De beoordeling van een inschrijvingsverzoek door Bureau Wbtv	1-2-3-4-5	
3.	De criteria voor inschrijving in het Rbtv en plaatsing op de Uitwijklijst	1-2-3-4-5	
4.	De beëdiging door de rechtbank	1-2-3-4-5	
5.	Verlenging van een inschrijving in het Rbtv of de Uitwijklijst	1-2-3-4-5	
6.	De wijze waarop gegevens bij Bureau Wbtv worden gewijzigd	1-2-3-4-5	
7.	Nieuws en ontwikkelingen in de tolk- en vertaalbranche	1-2-3-4-5	
8.	De rol van de Commissie btv	1-2-3-4-5	
9.	De criteria voor puntentoekenning bij permanente educatie (PE)	1-2-3-4-5	
10.	De beoordeling van een verzoek om PE puntentoekenning door Bureau Wbtv	1-2-3-4-5	
11.	Tolk- en vertaaltoetsen	1-2-3-4-5	
12.	Verkrijgen en behouden van de legitimatiepas van Bureau Wbtv	1-2-3-4-5	
13.	Afnameplicht van politie en justitie	1-2-3-4-5	
14.	De gedragscode voor tolken en vertalers	1-2-3-4-5	
15.	De behandeling van klachten tegen tolken en vertalers	1-2-3-4-5	
16.	De procedure voor het indienen van een bezwaarschrift tegen een besluit van Bureau Wbtv	1-2-3-4-5	

14. Hoe beoordeelt u het taalgebruik in de communicatiemiddelen van Bureau Wbtv? 1=onduidelijk 5= heel duidelijk

		Taalgebruik	Weet niet (meer)
1.	Website	1-2-3-4-5	
2.	E-nieuwsbrief	1-2-3-4-5	
3.	Telefonische helpdesk	1-2-3-4-5	
4.	Folders	1-2-3-4-5	
5.	E-mails	1-2-3-4-5	
6.	Brieven per post	1-2-3-4-5	
7.	Presentaties van Bureau Wbtv (Als u die heeft bijgewoond)	1-2-3-4-5	
8.	Formele besluiten, zoals inschrijvingsbesluit en PE toekenning	1-2-3-4-5	

15. Bent u een vrouw of man?

- a) Vrouw
- b) Man

16. Wat is uw leeftijd?

<Open antwoord>

17. Hoe lang bent u werkzaam als tolk/vertaler? Geteld vanaf uw eerste opdracht als tolk of vertaler. Het is mogelijk dat u toen nog niet stond ingeschreven in het Rbtv of de Uitwijklijst.

- a) 0 t/m 2 jaar
- b) 3 t/m 5 jaar
- c) 5 t/m 10 jaar
- d) Langer dan 10 jaar

18. Heeft u nog opmerkingen of suggesties op het gebied van de communicatie van Bureau Wbtv?

- a) Nee
- b) Ja, namelijk <open>

Ten slotte willen wij u vragen of u interesse heeft om vaker u mening te geven in een groepsdiscussie of online klantenpanel.

Online klantenpanel

Als u deelneemt aan ons klantenpanel, vragen wij u een aantal keer per jaar om een internetenquête in te vullen.

Focusgroepsbijeenkomst

Bureau Wbtv organiseert in februari 2012 een focusgroepsbijeenkomst. Voor tolken en vertalers een mogelijkheid om te discussiëren met andere tolken en/of vertalers over Bureau Wbtv.

Anonieme Gegevens

De gegevens van de enquêtes zijn anoniem. De adresgegevens gebruiken wij alleen om u te benaderen als u zich aanmeldt voor het klantenpanel of de groepsdiscussie. Uw aanmelding koppelen wij niet aan uw antwoorden.

20. Wilt u deelnemen aan ons online klantenpanel?

a) Ja

Naam:
E-mailadres:

b) Nee

21. Wilt u deelnemen aan onze focusgroep in februari 2012?

a) Ja, hier zijn mijn gegevens:

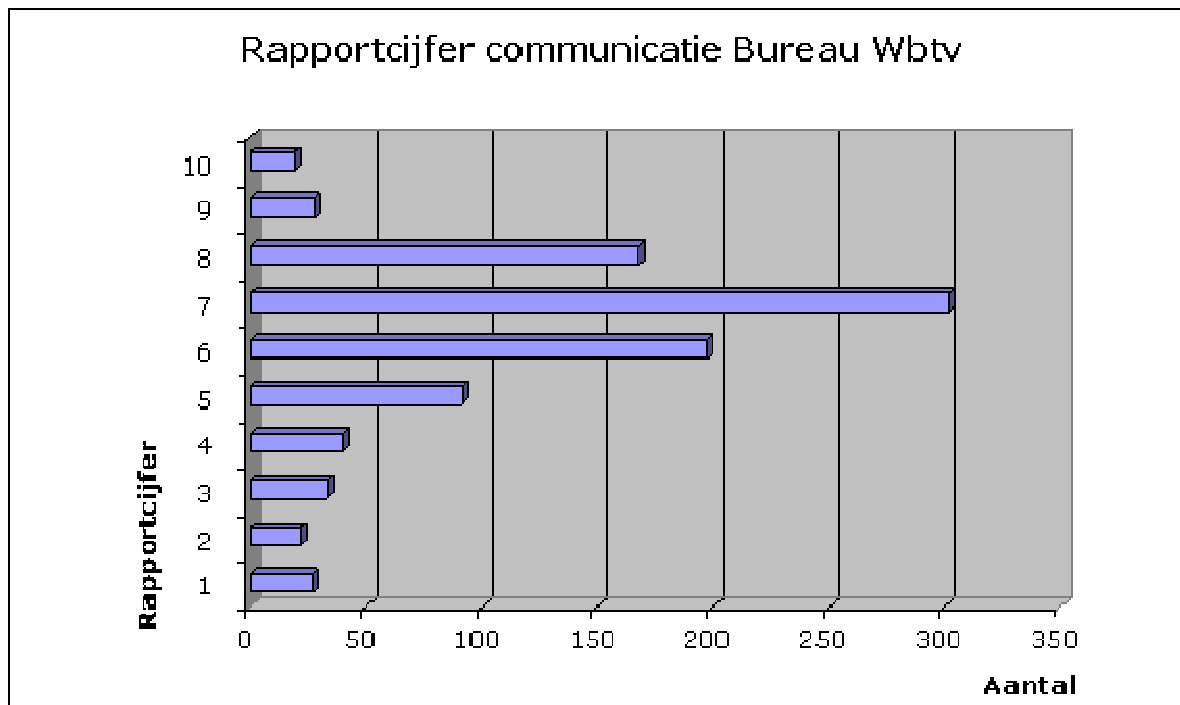
Naam:
Adres:
E-mailadres:
Wbtv-nummer:

b) Nee

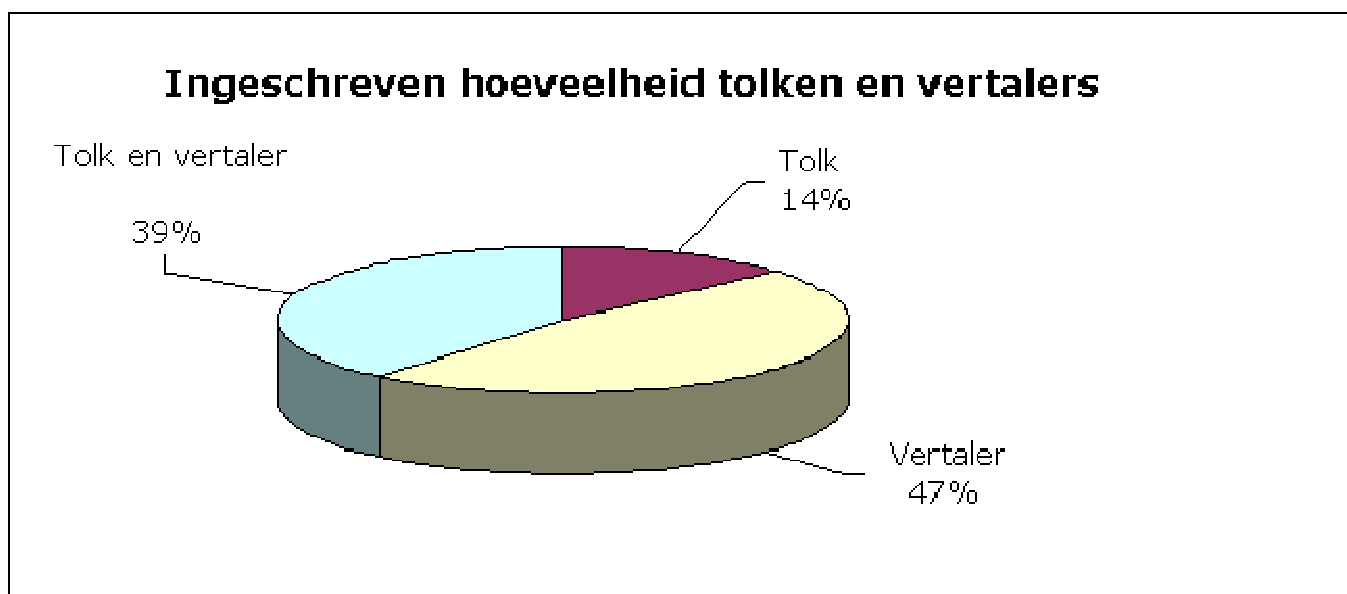
Dit is het einde van de enquête. Hartelijk dank voor uw medewerking.

2.3 Grafieken enquête

Vraag: welk cijfer geeft u Bureau Wbtv voor zijn communicatie met u als tolk of vertaler? Onder communicatiemiddelen verstaan wij onze e-nieuwsbrief, folders, website, e-mails, brieven en presentaties. 1= zeer slecht en 10= is zeer goed

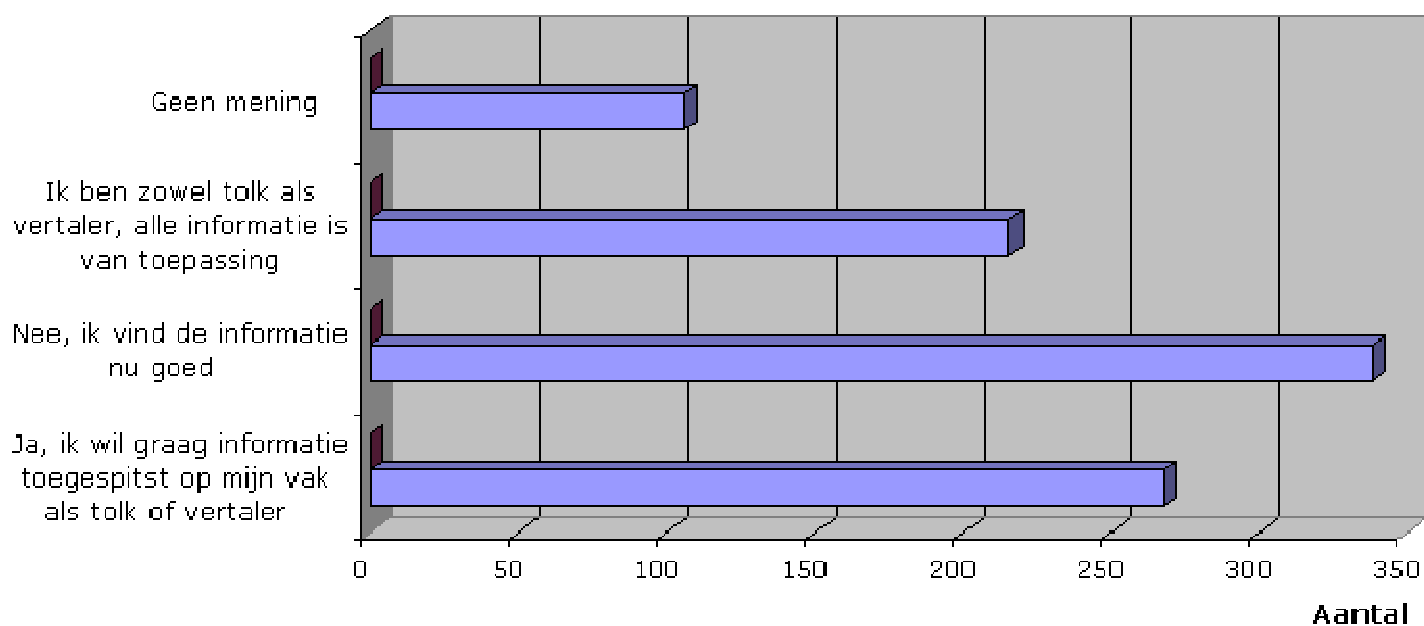


Vraag: staat u ingeschreven in het Register Beëdigde tolken en vertalers (Rbtv) of staat u op de Uitwijklijst?

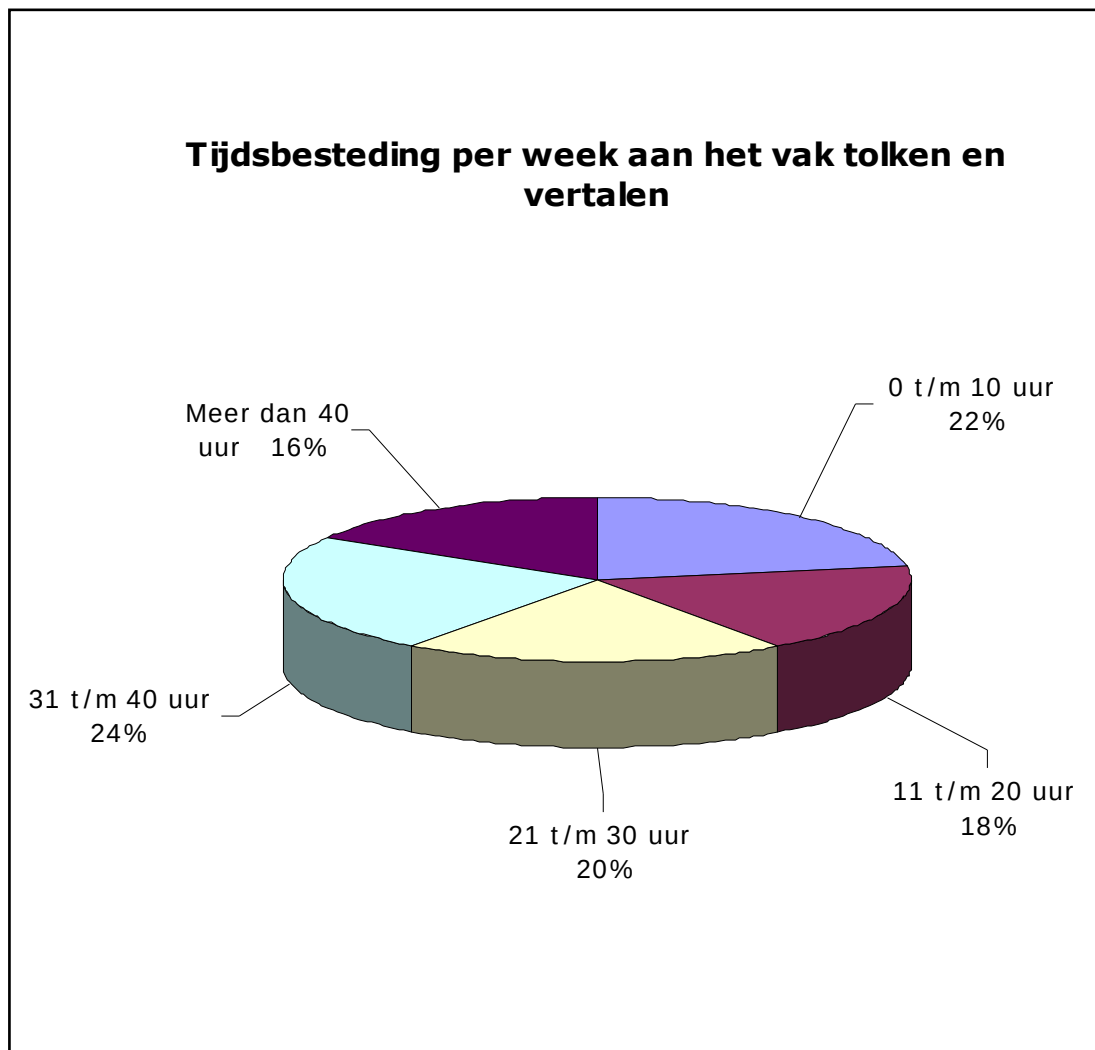


Vraag: Bureau Wbtv benadert tolken en vertalers als één groep met: de e-nieuwsbrief, folders, website, e-mails, brieven en presentaties. Ziet u liever een onderscheid in de communicatie tussen tolken en vertalers?

Onderscheid in communicatie tussen tolken en vertalers

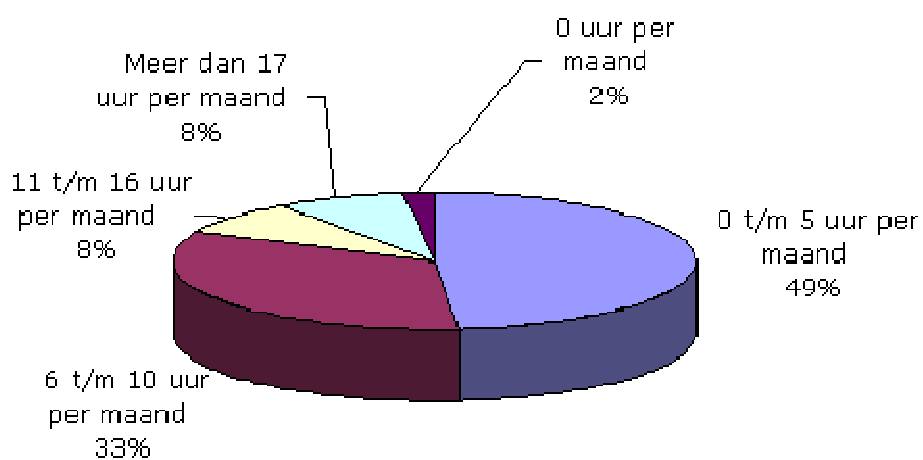


Vraag: Hoeveel tijd besteedt u per week in totaal aan uw vak tolken en/of vertalen?
Zoals: acquisitie, werkvoorbereiding, tolken en vertalen, permanente educatie en administratie.



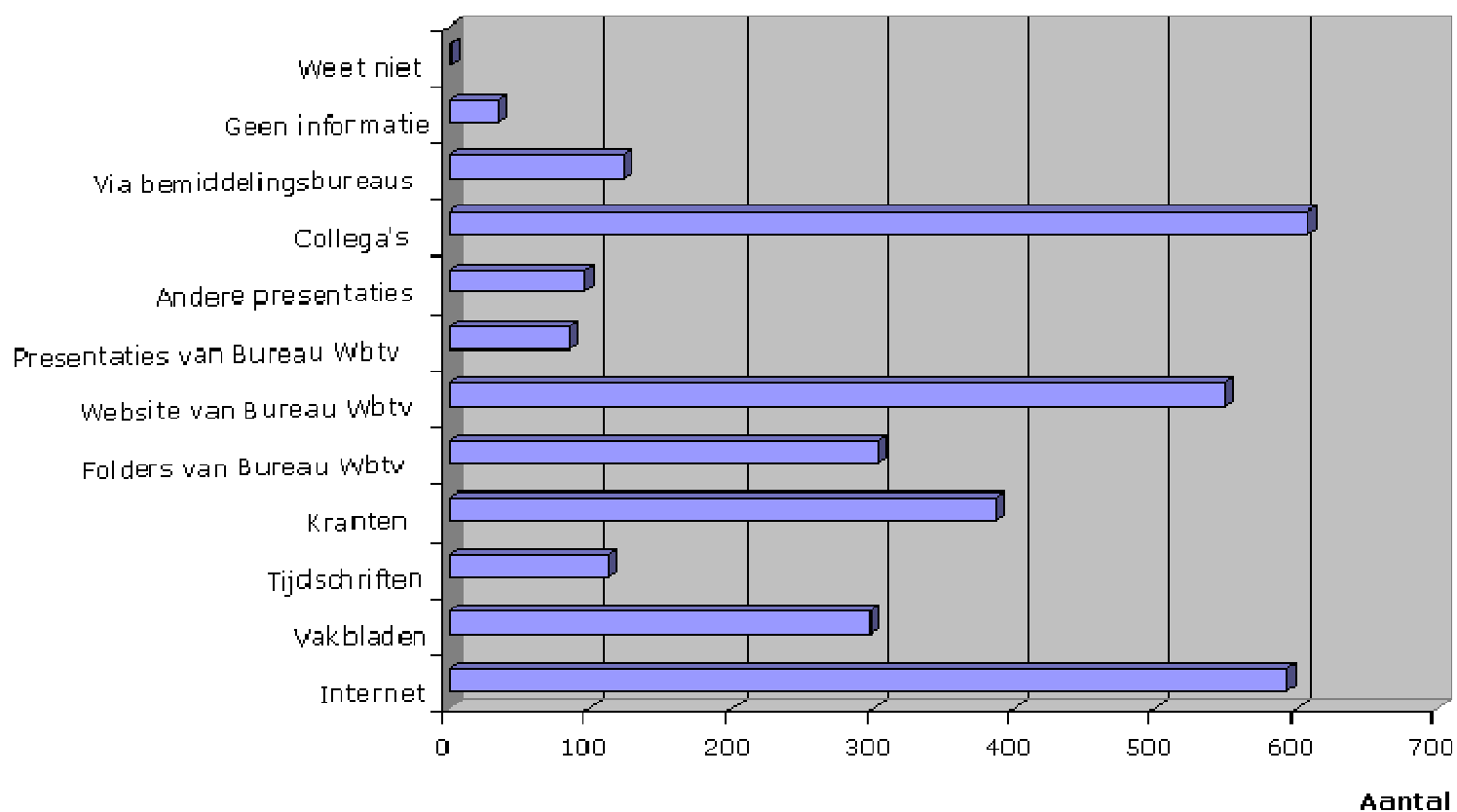
Vraag: Hoeveel uur per maand besteedt u aan het verzamelen en het bijhouden van algemeen nieuws en algemene ontwikkelingen op het gebied van tolken en vertalen?

Tijdsbesteding per maand voor algemeen nieuws en algemene ontwikkelingen

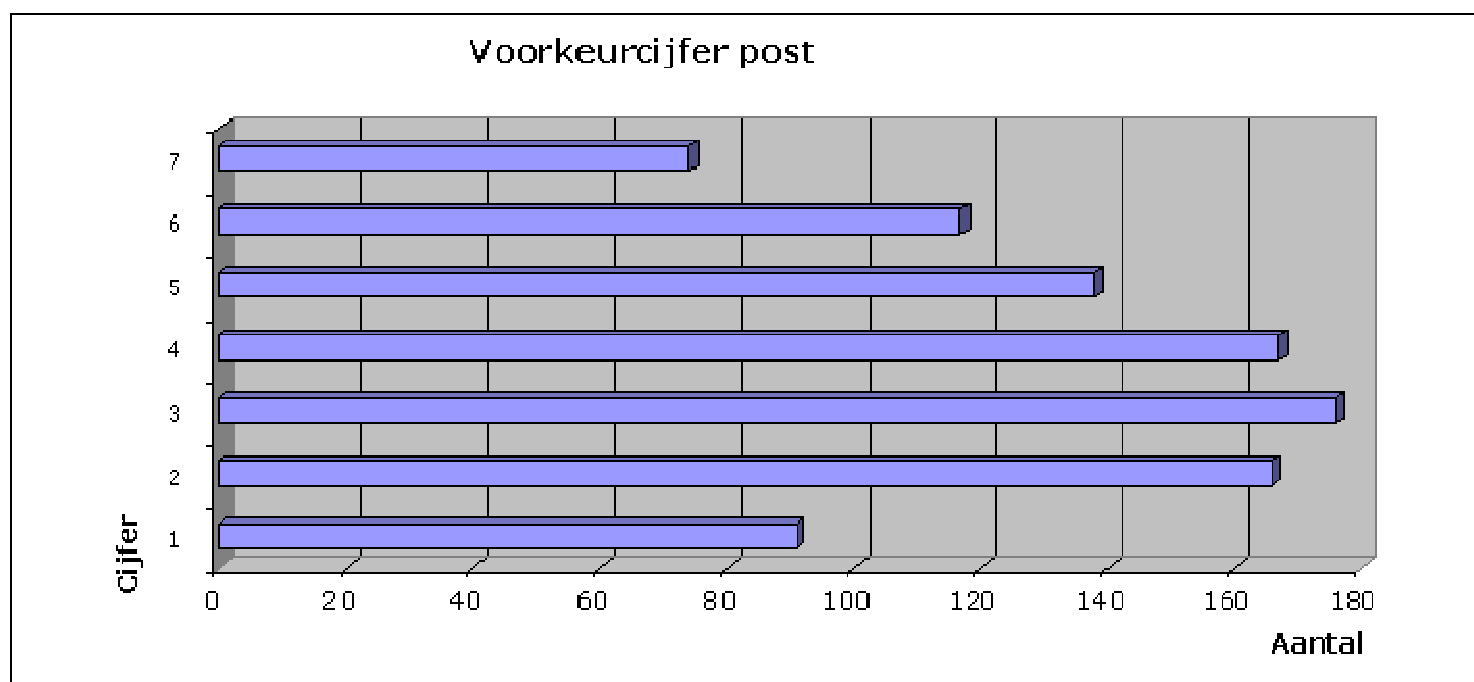
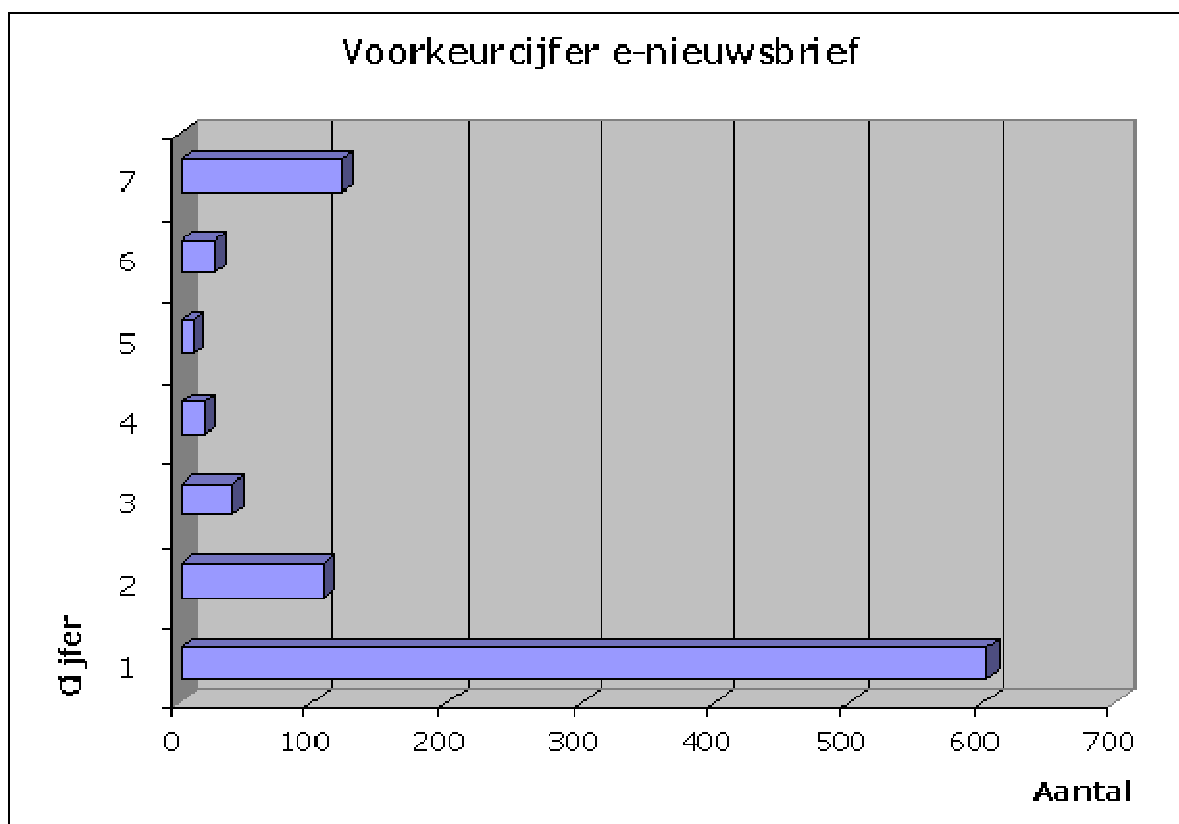


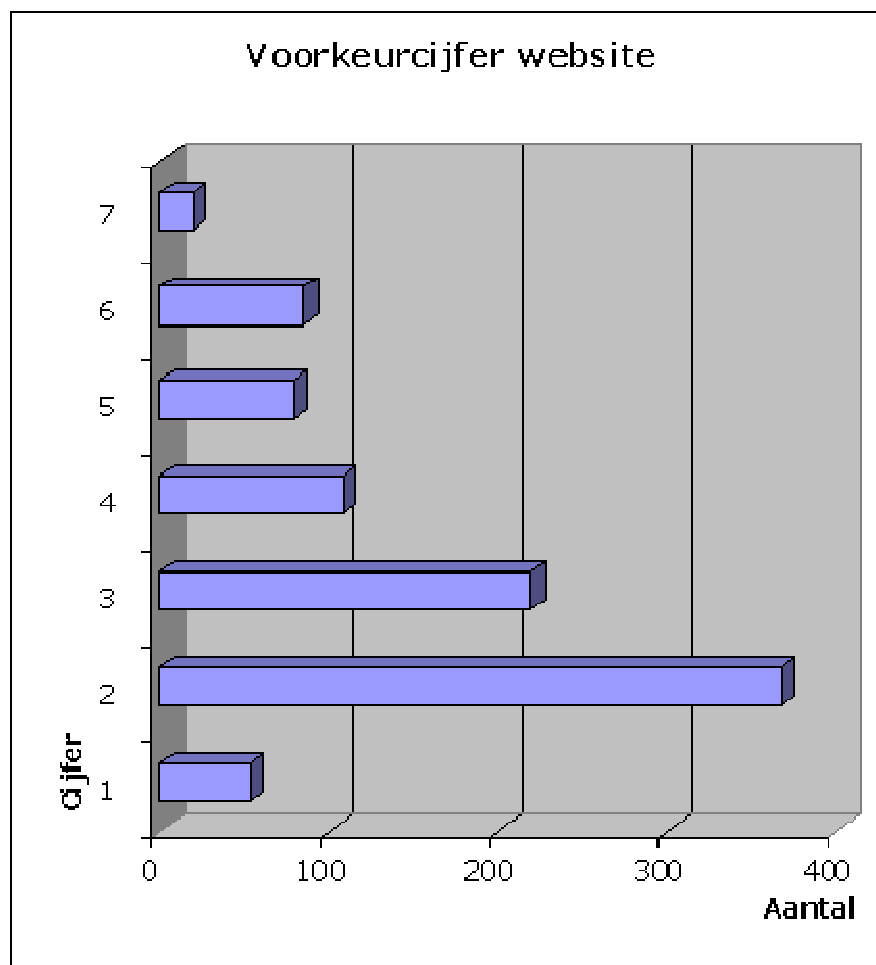
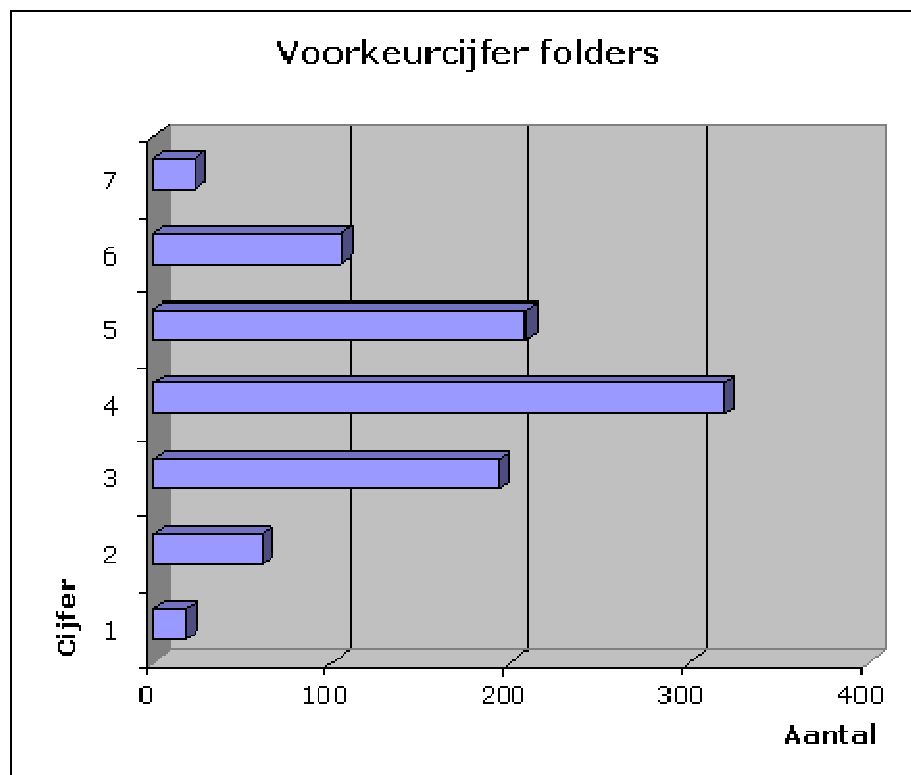
Vraag: Waar zoekt u informatie over algemeen nieuws en algemene ontwikkelingen op het gebied van tolken en vertalen?

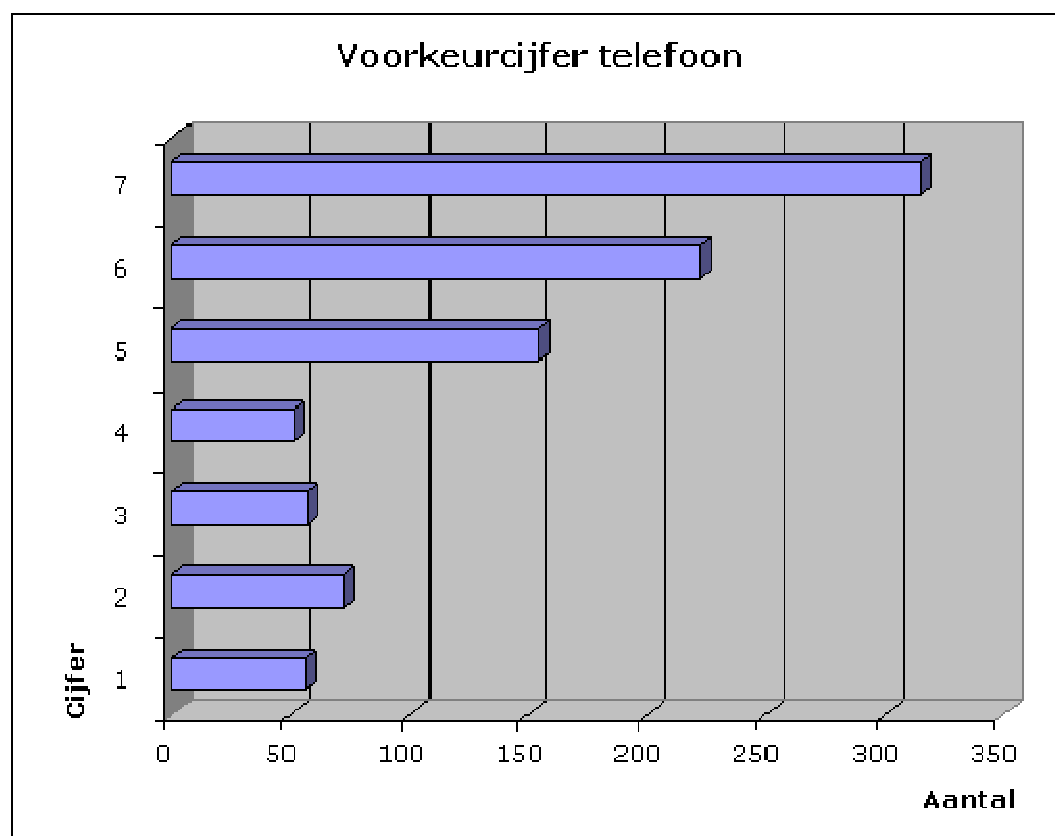
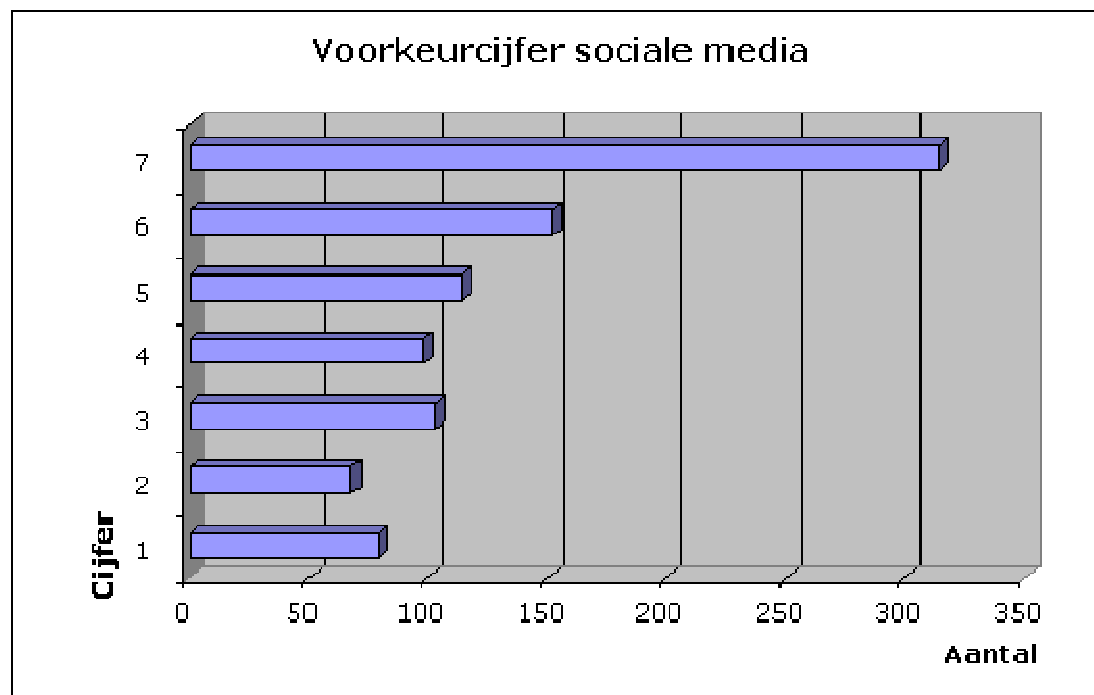
Communicatiemiddel voor nieuws en algemene ontwikkelingen

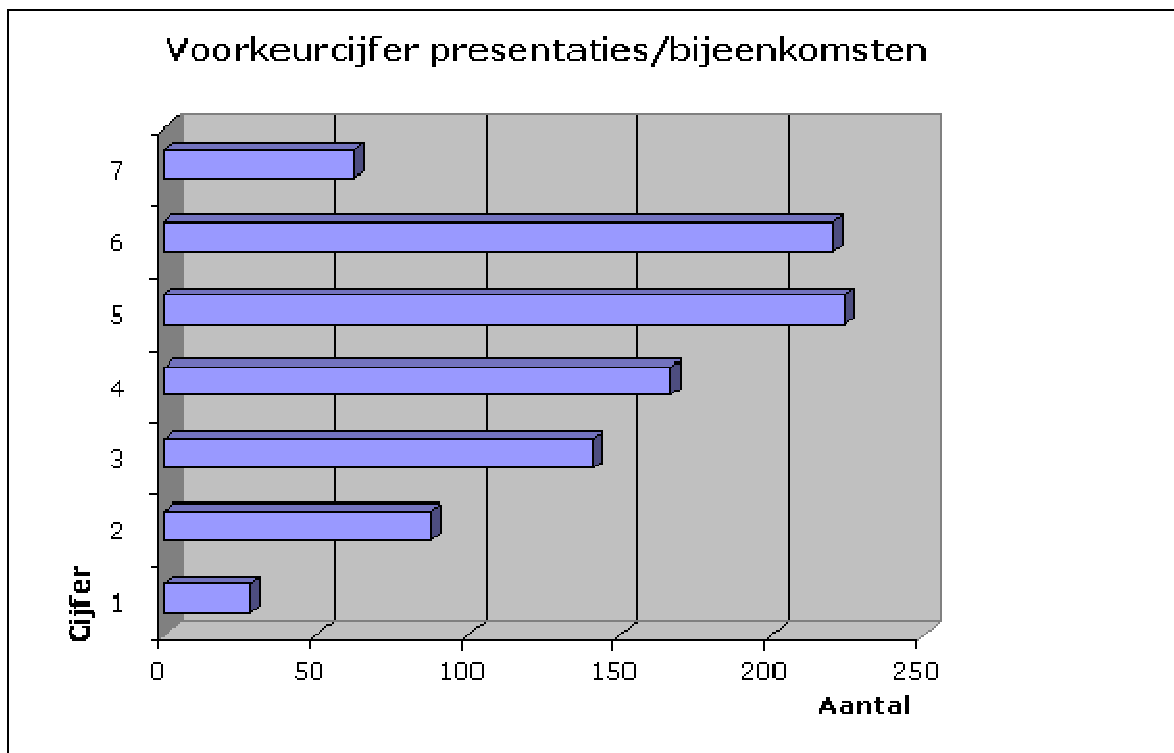


Vraag: Hoe wilt u dat Bureau Wbtv u informeert over algemeen nieuws en ontwikkelingen op het gebied van tolken en vertalen? Geef uw voorkeur in de volgorde aan.

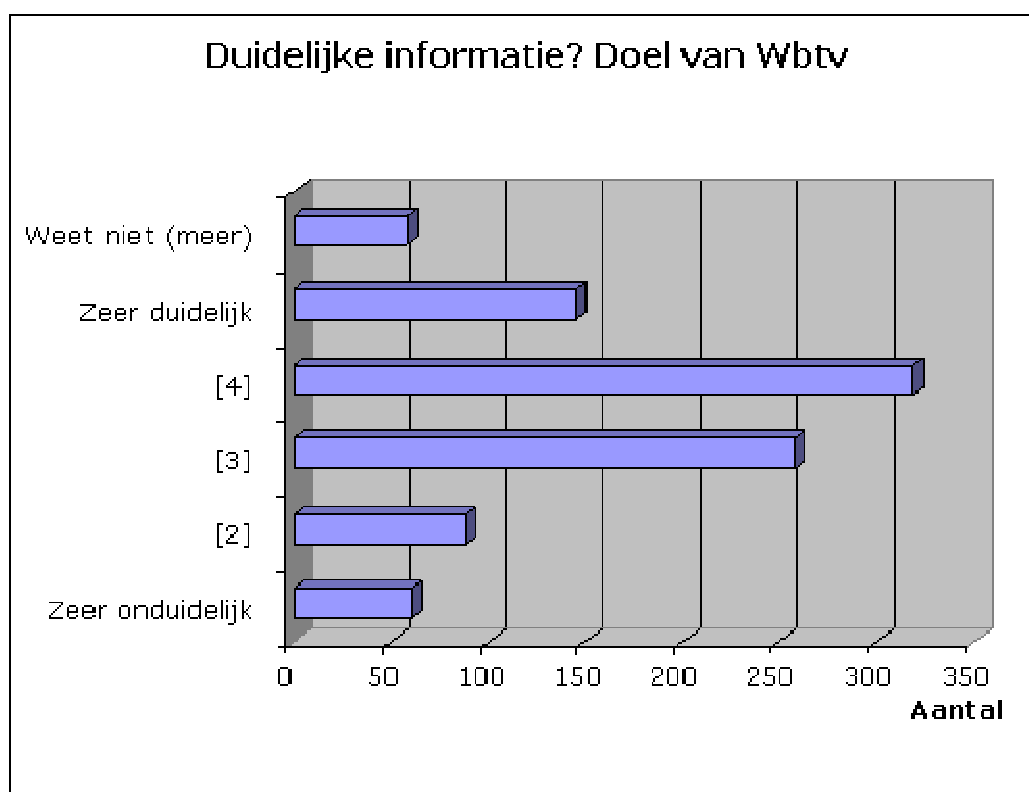


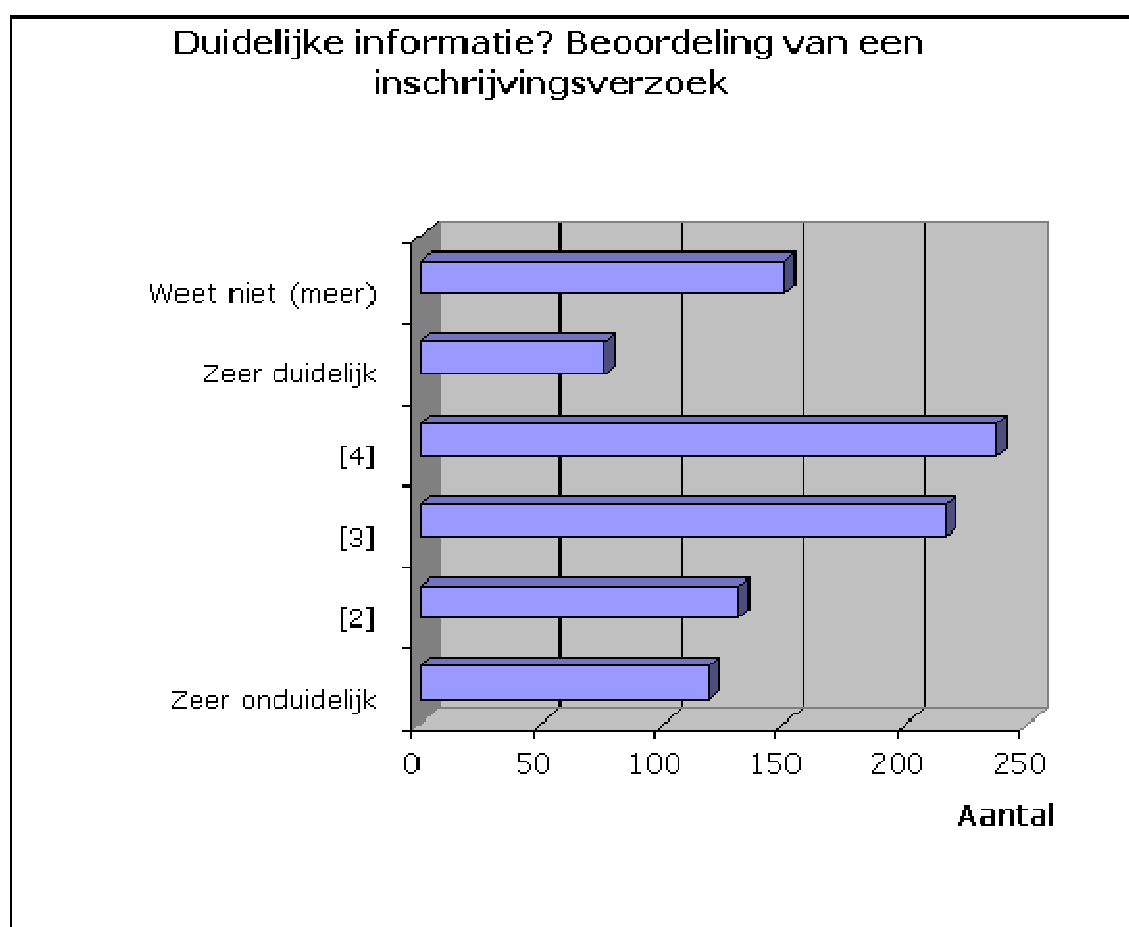
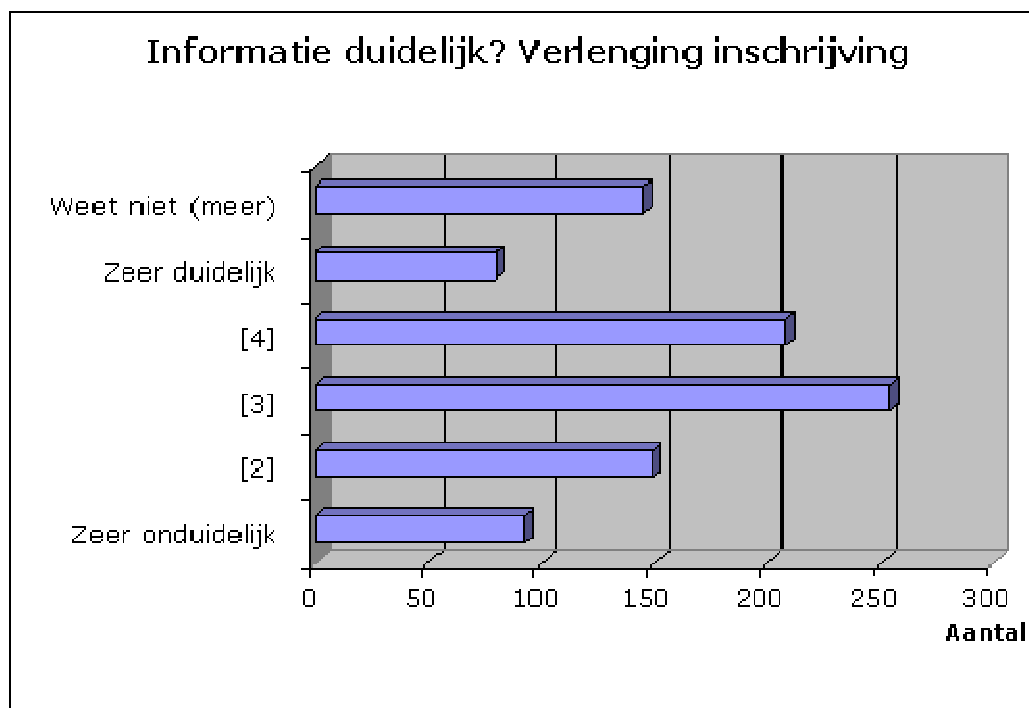




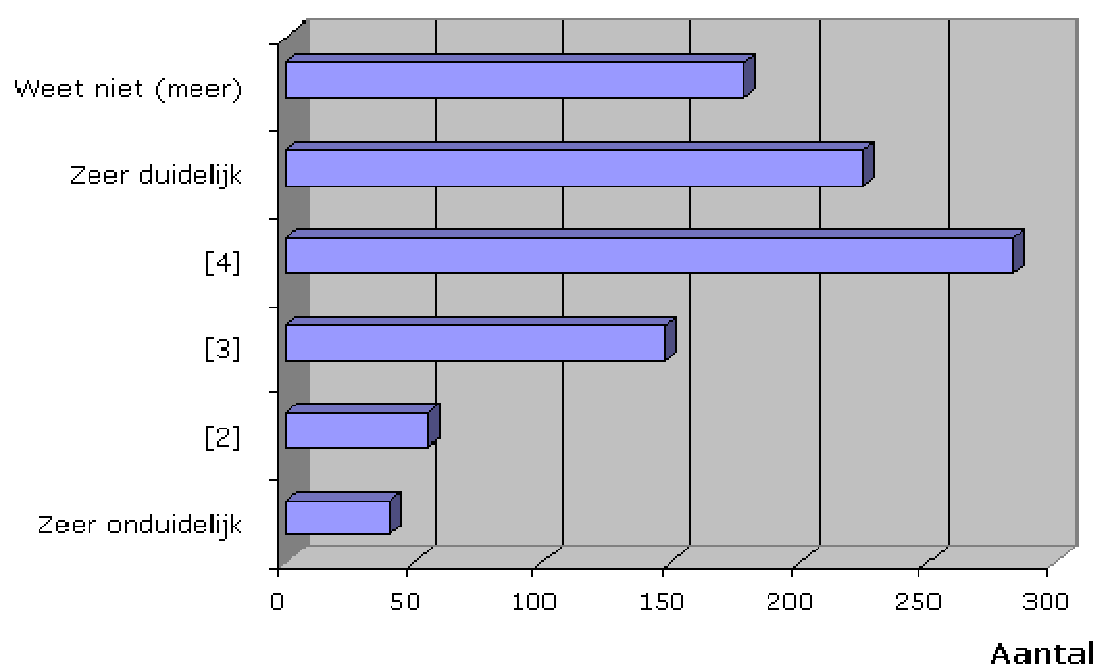


Vraag: Bureau Wbtv communiceert over onderwerpen voor tolken en vertalers. Er volgen nu een aantal van die onderwerpen. Het kan zijn dat deze momenteel niet van toepassing zijn op uw situatie. Dan kunt u antwoorden met 'weet niet (meer)'

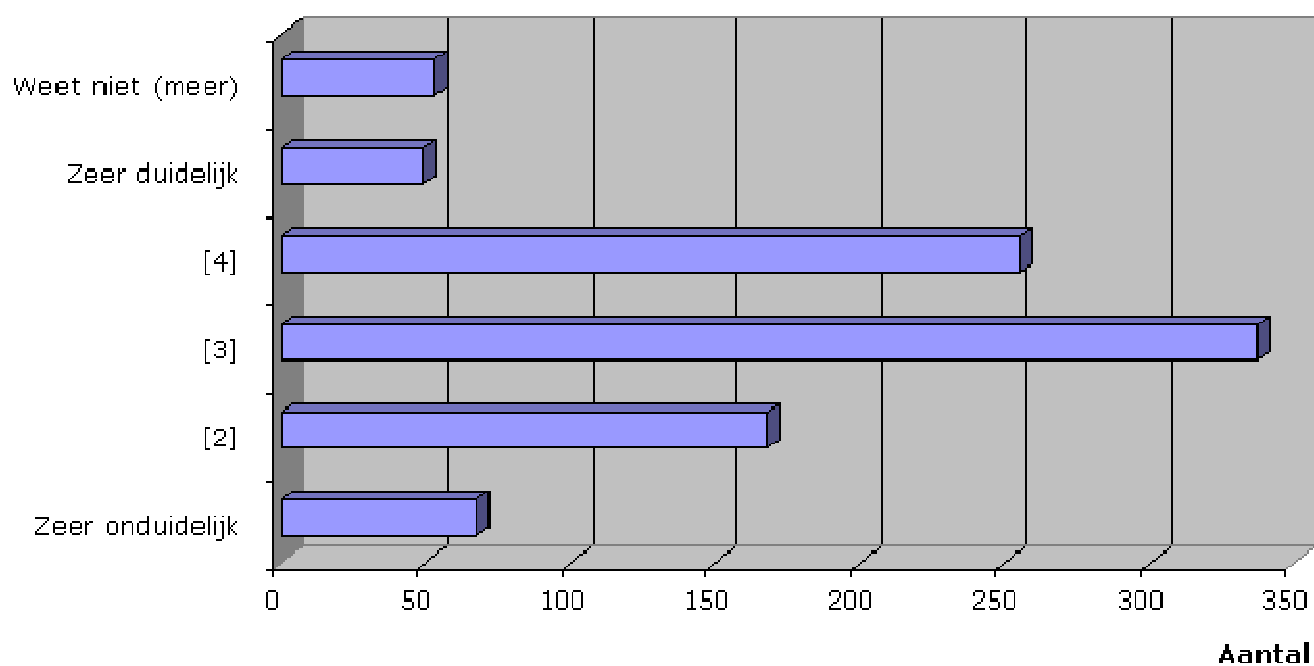




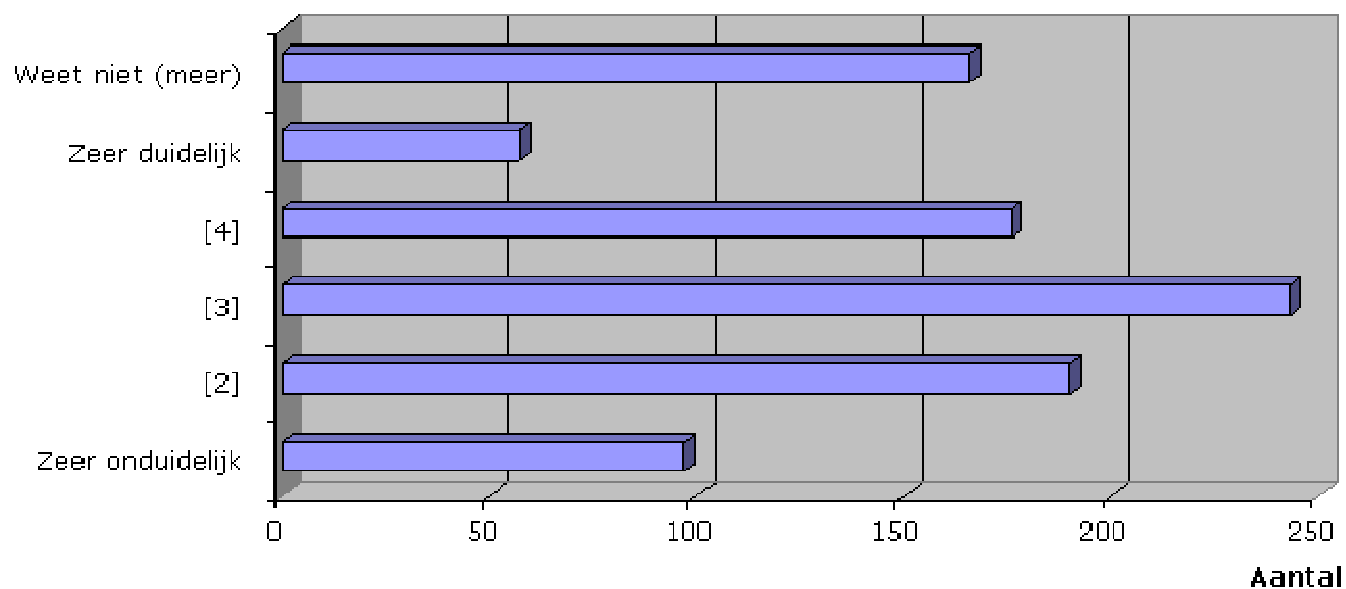
Duidelijke informatie? Beëdiging door rechtbank



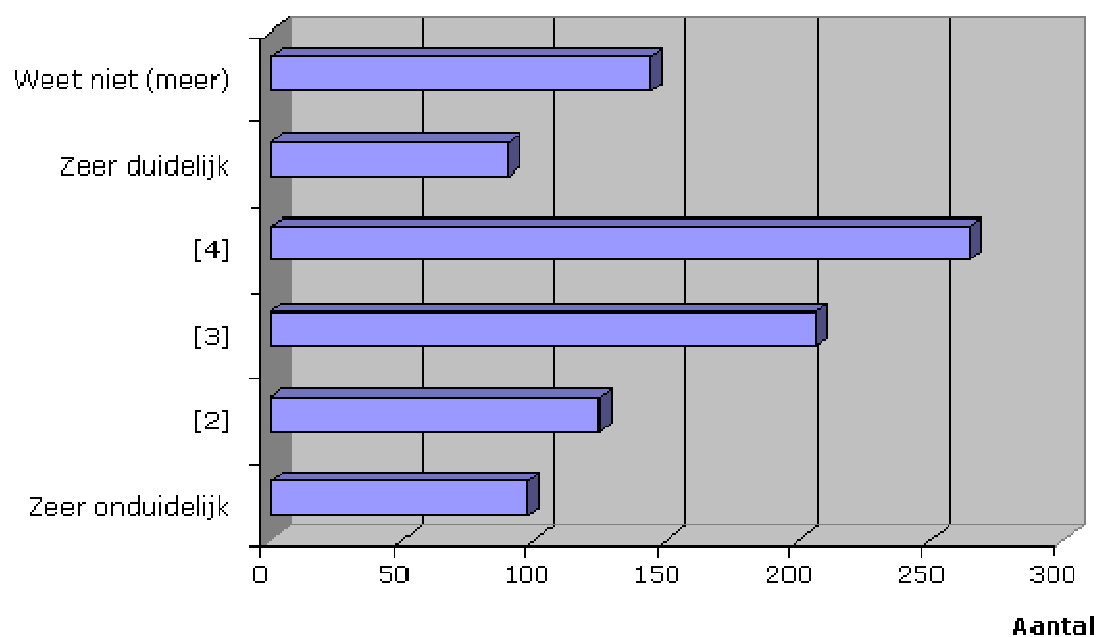
Informatie duidelijk? Nieuws en ontwikkelingen



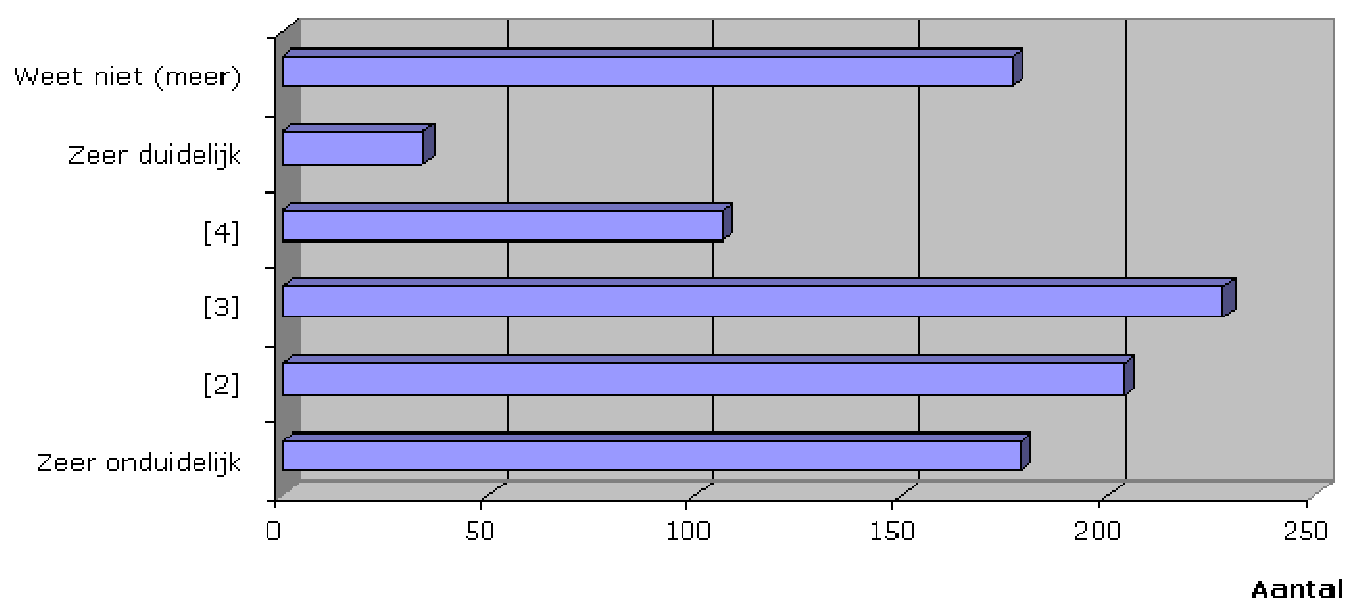
Informatie duidelijk? Gegevens wijzigen



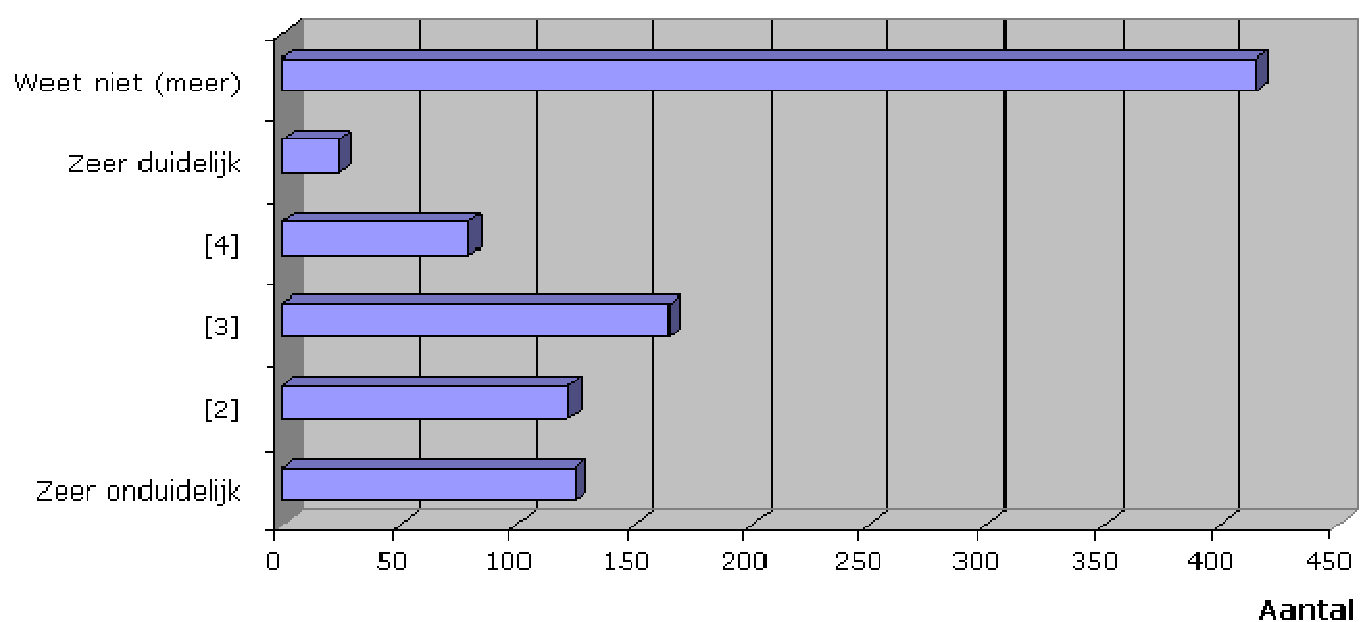
Informatie duidelijk? Inschrijving Rbtv of plaatsing Uitwijklijst

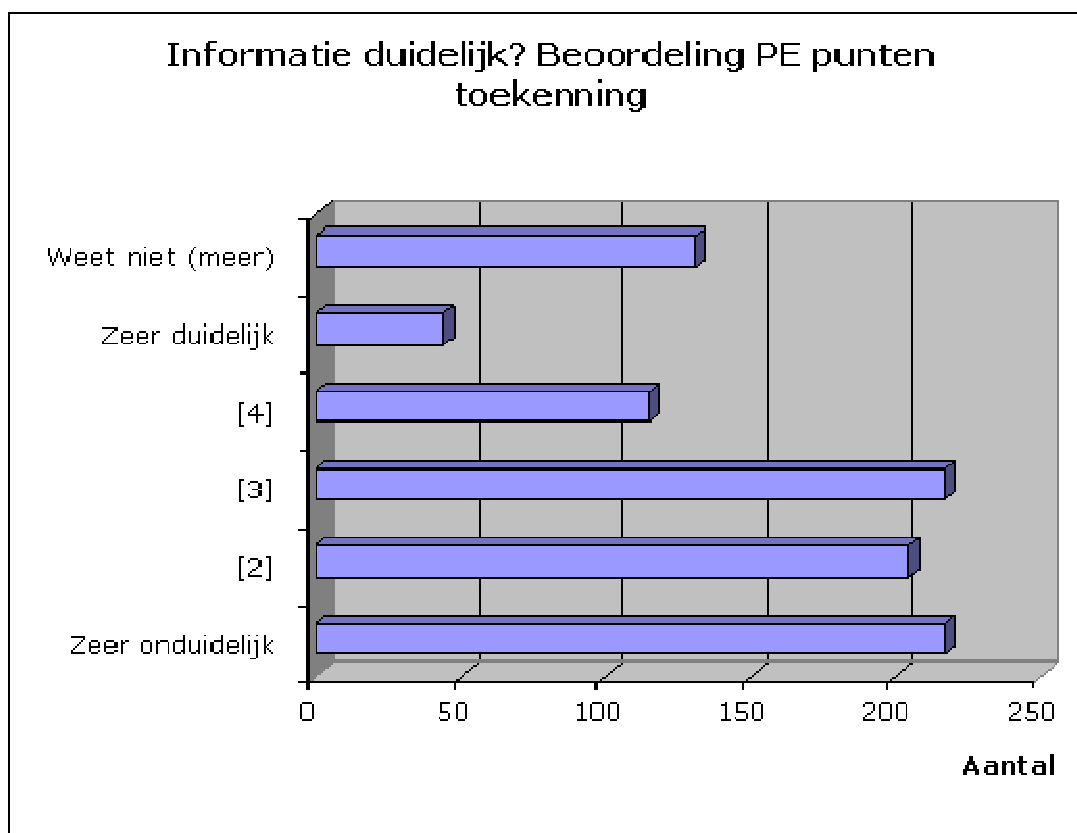
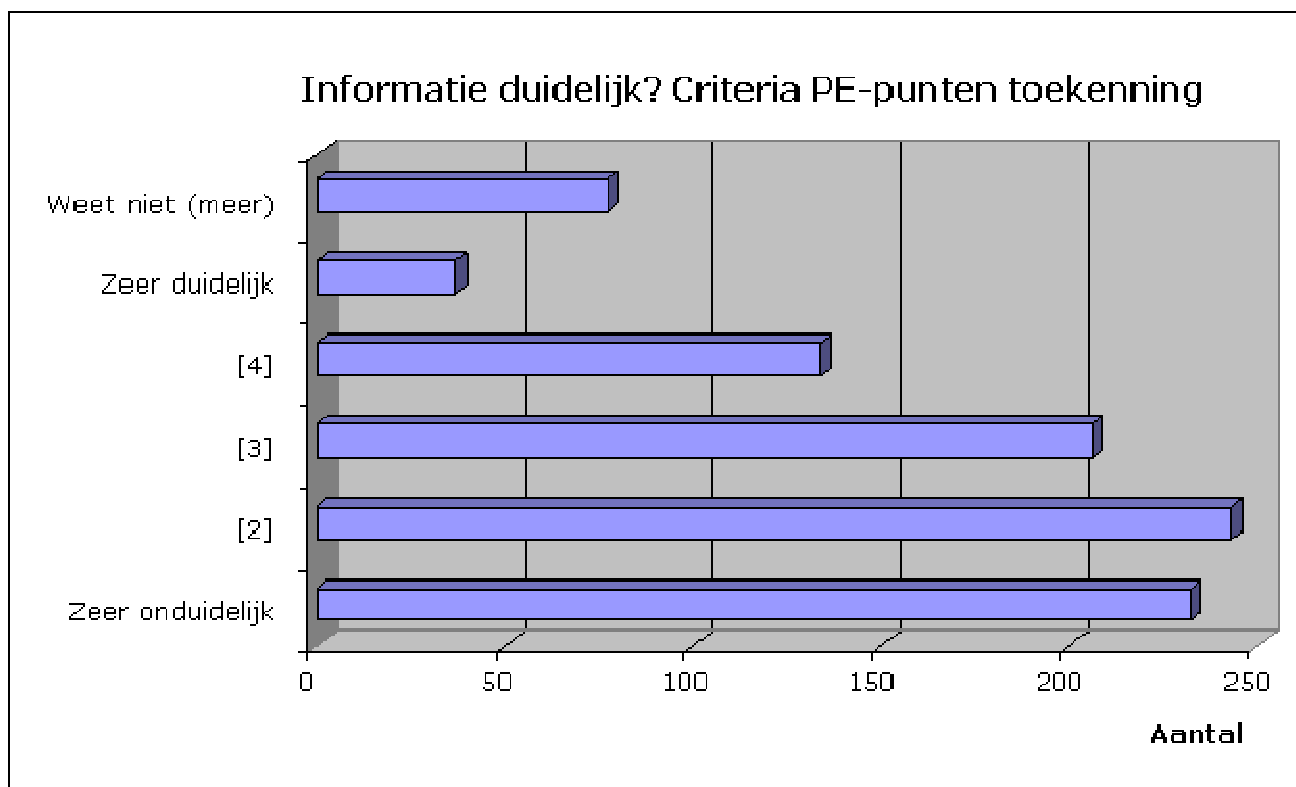


Informatie duidelijk? Commissie btw

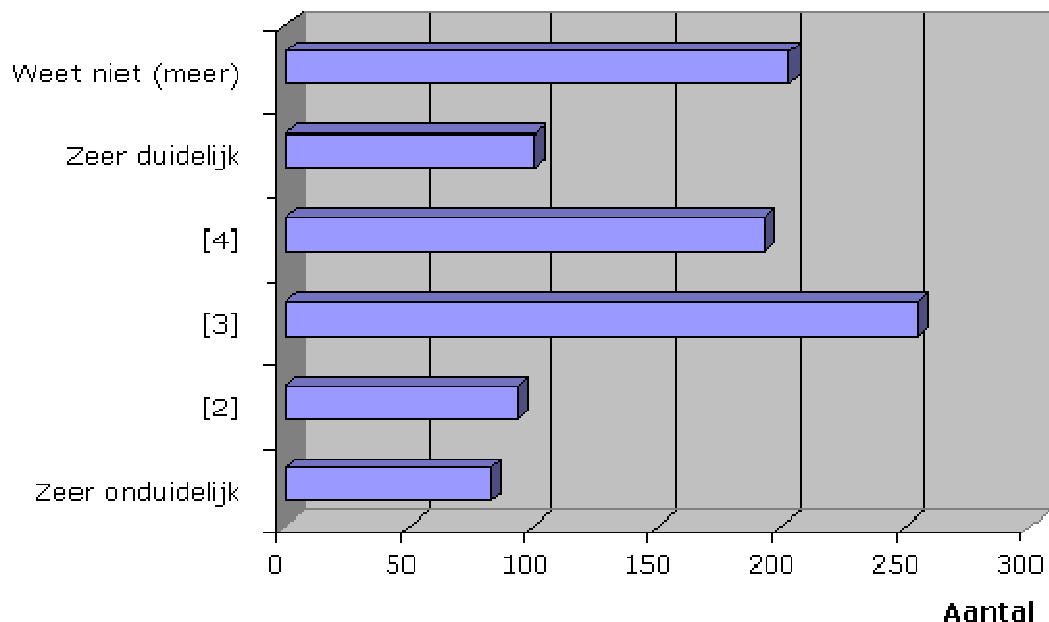


Informatie duidelijk? Tolk-en vertaaltoetsen

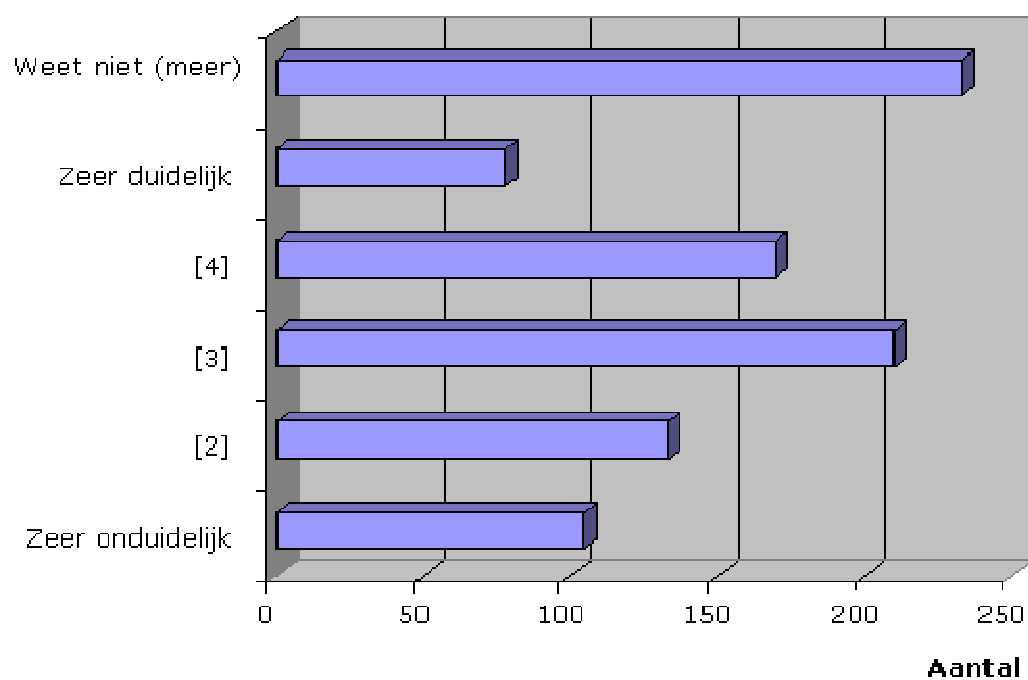


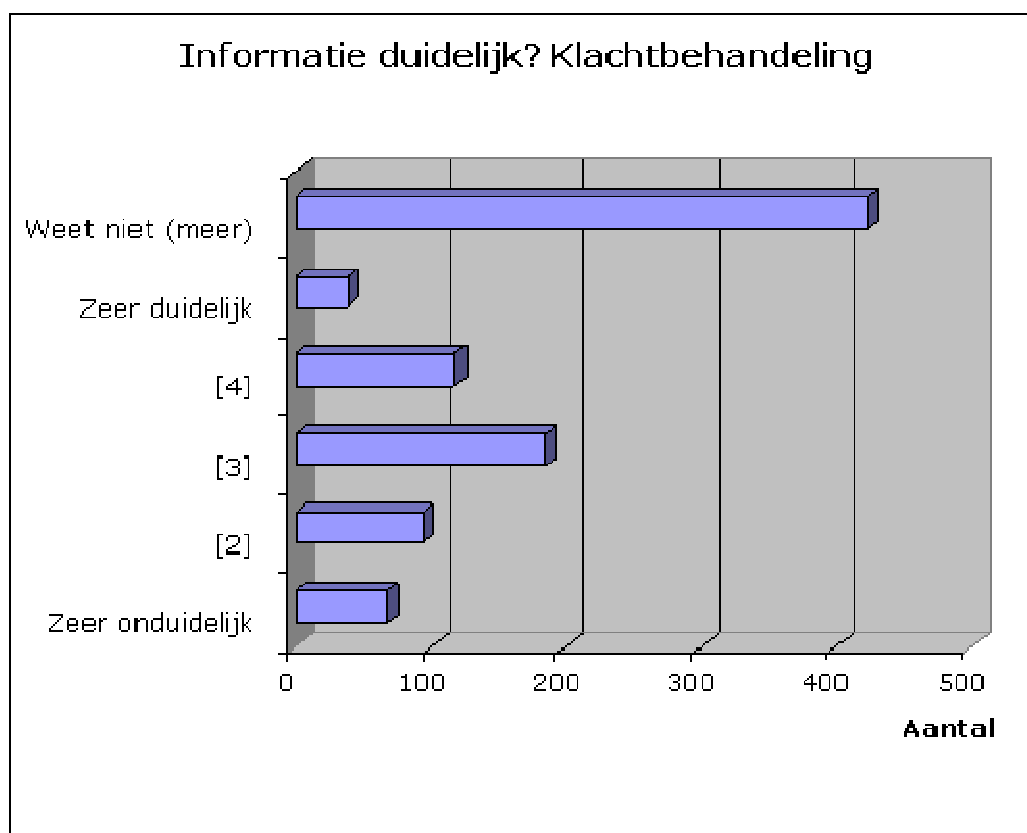
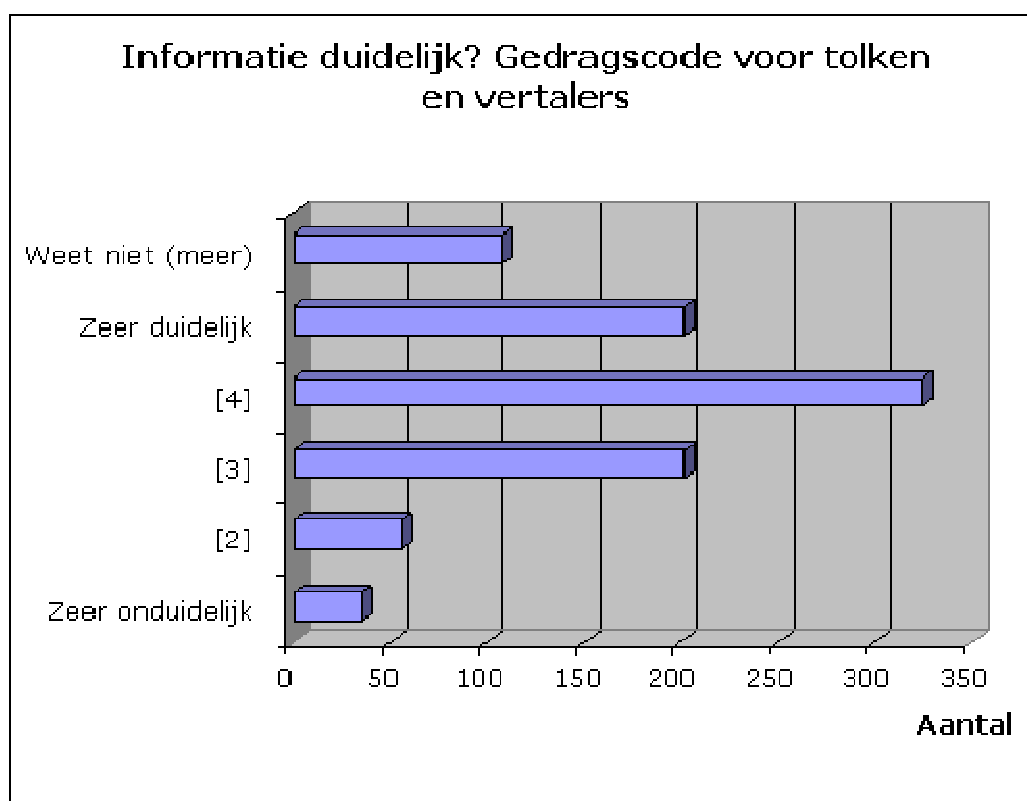


Informatie duidelijk? Legitimatiepas verkrijgen en behouden

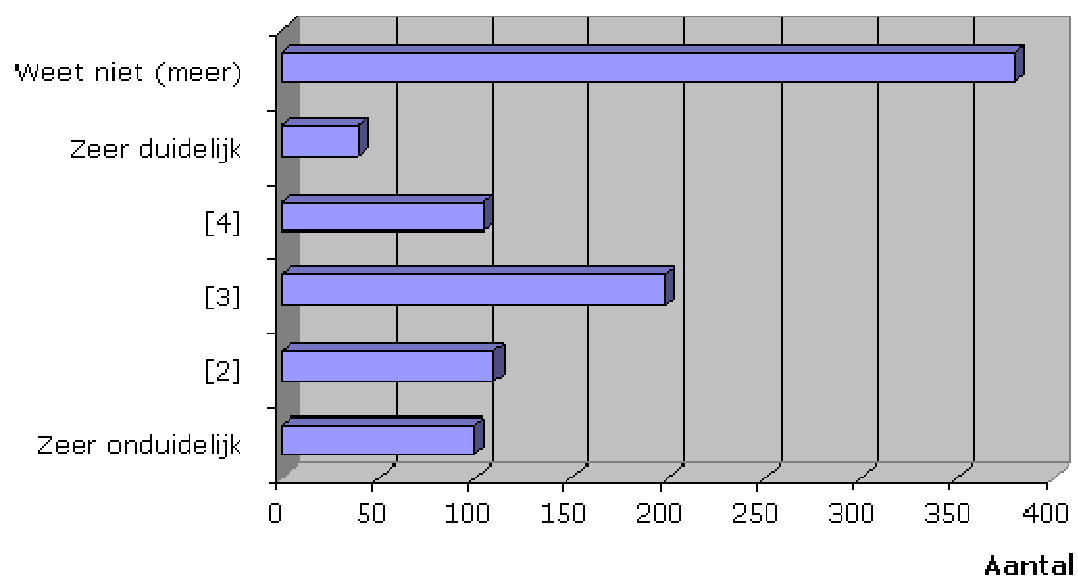


Informatie duidelijk? Afnameplicht politie en justitie

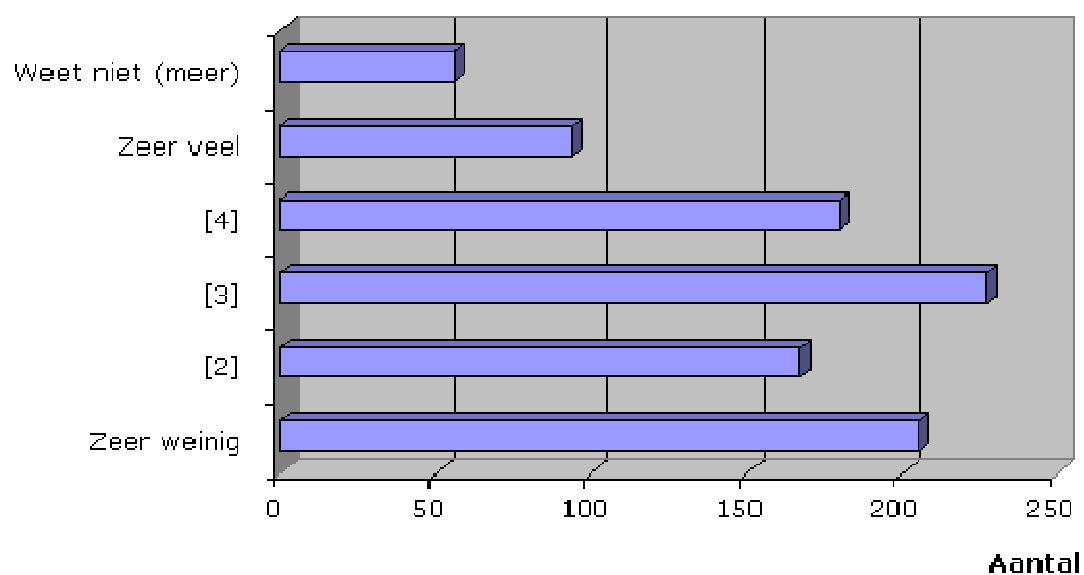




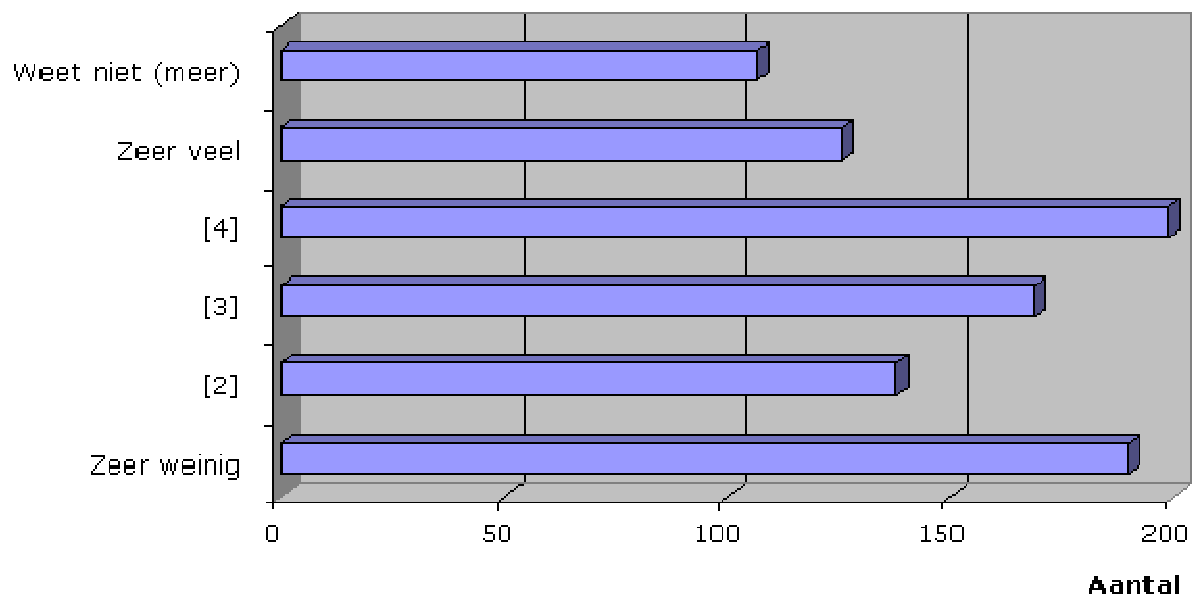
Informatie duidelijk? Procedure bezwaarschrift



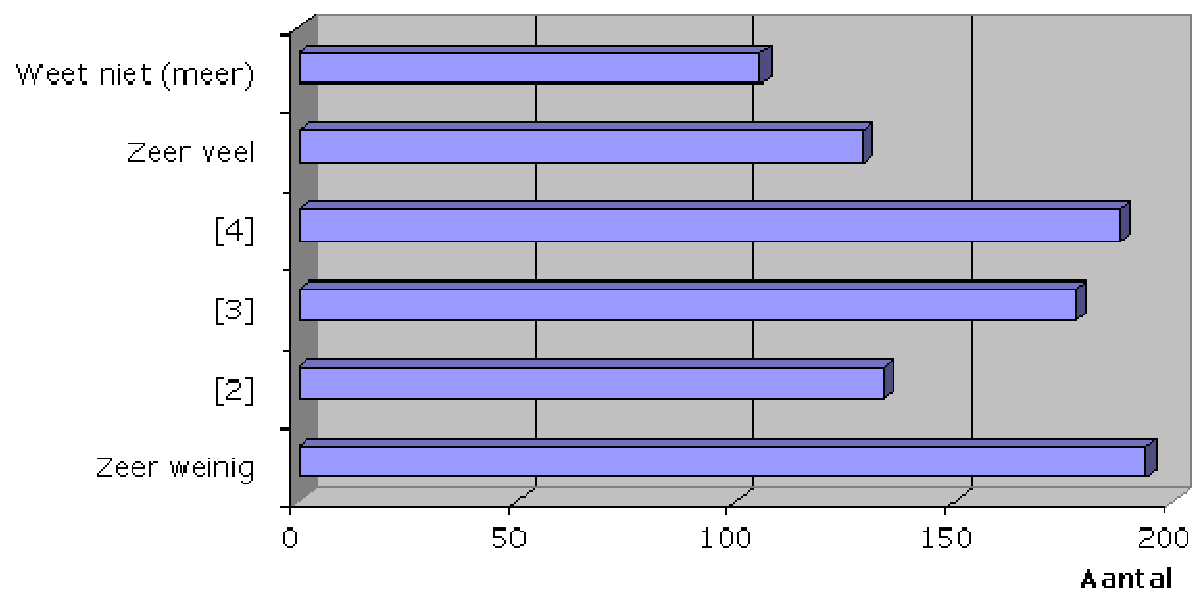
Informatiebehoefte: doel Wbtv

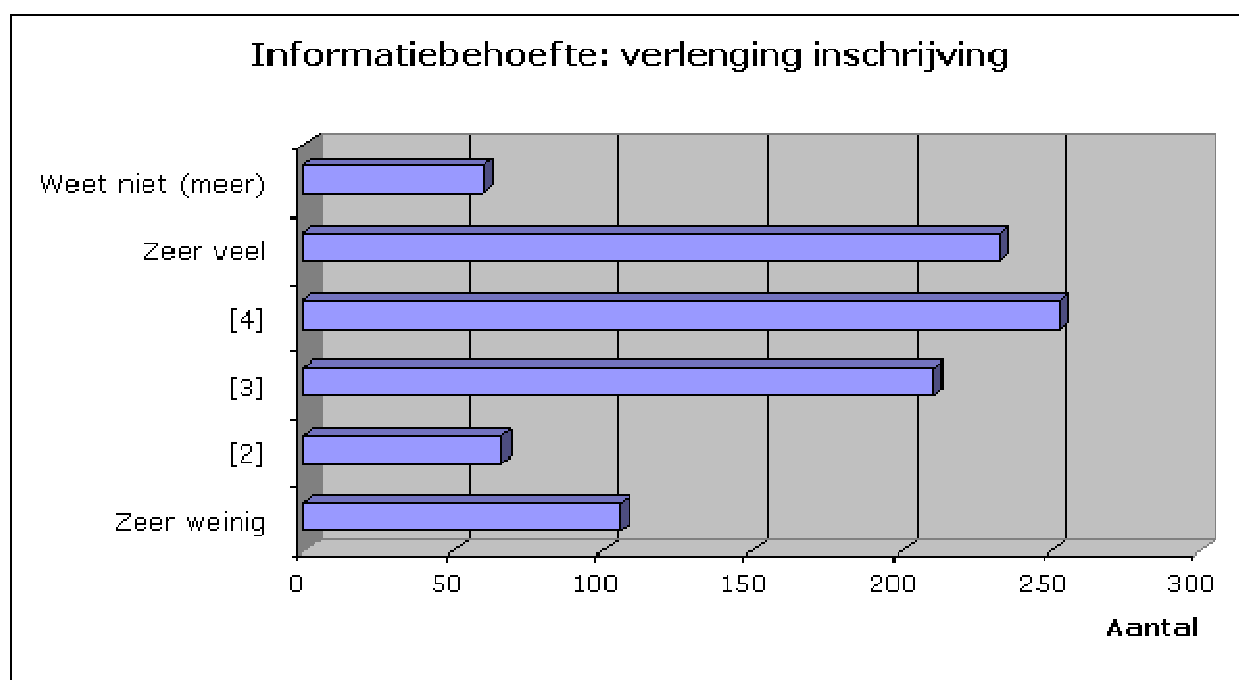
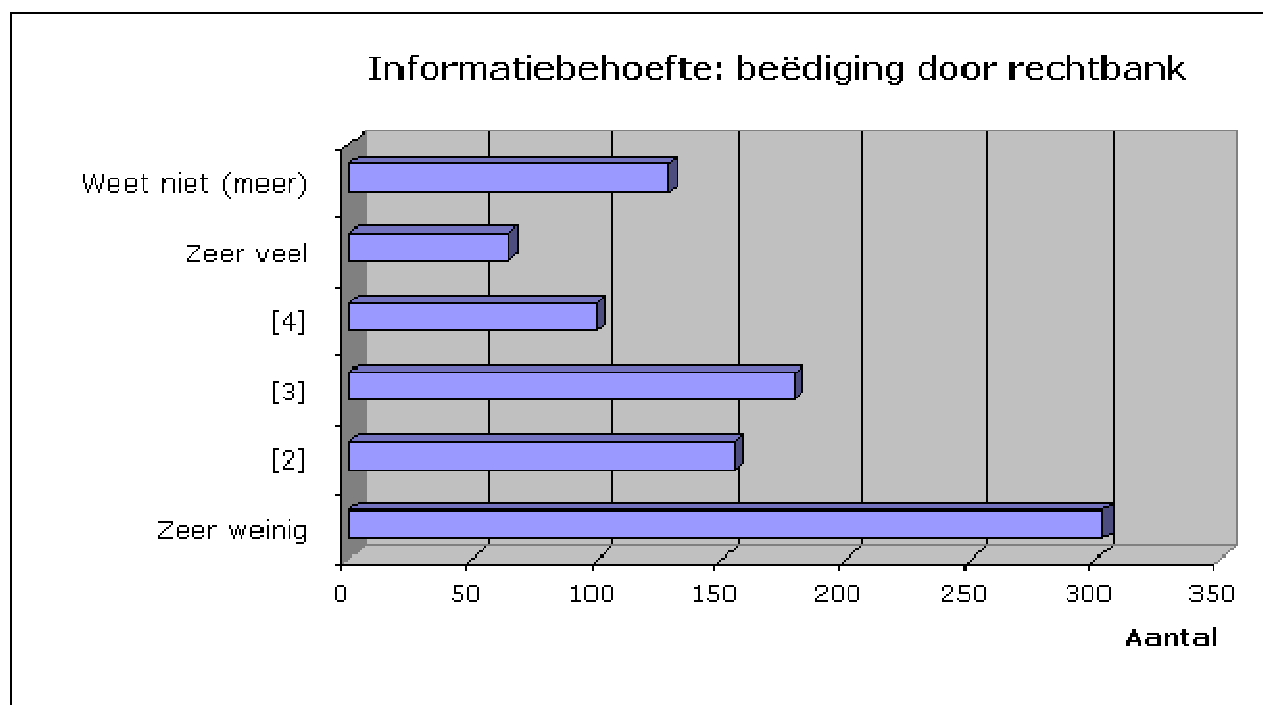


Informatiebehoefte: beoordeling inschrijving

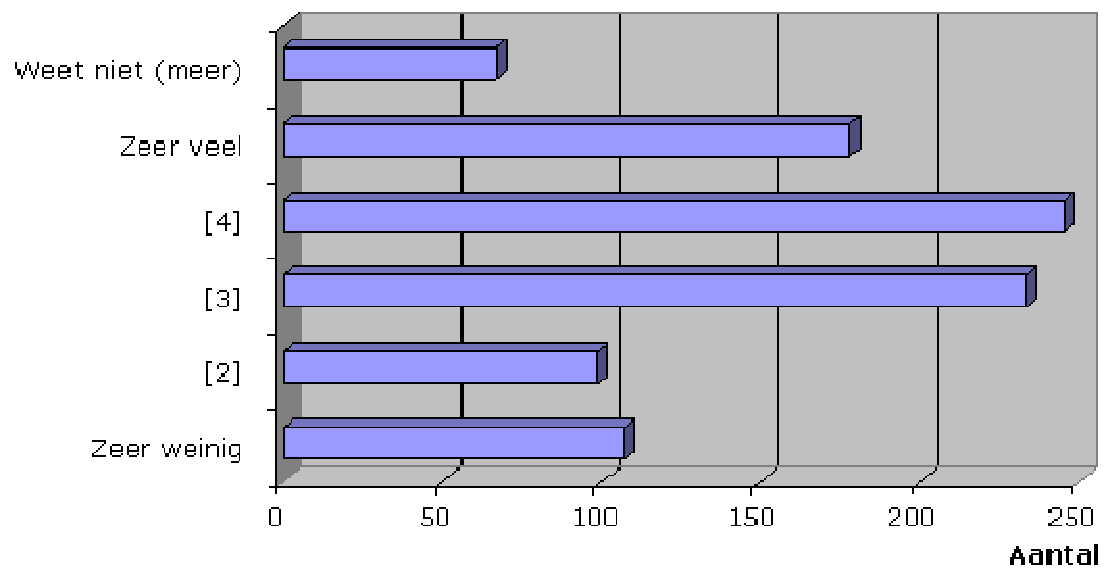


Informatiebehoefte: criteria inschrijving

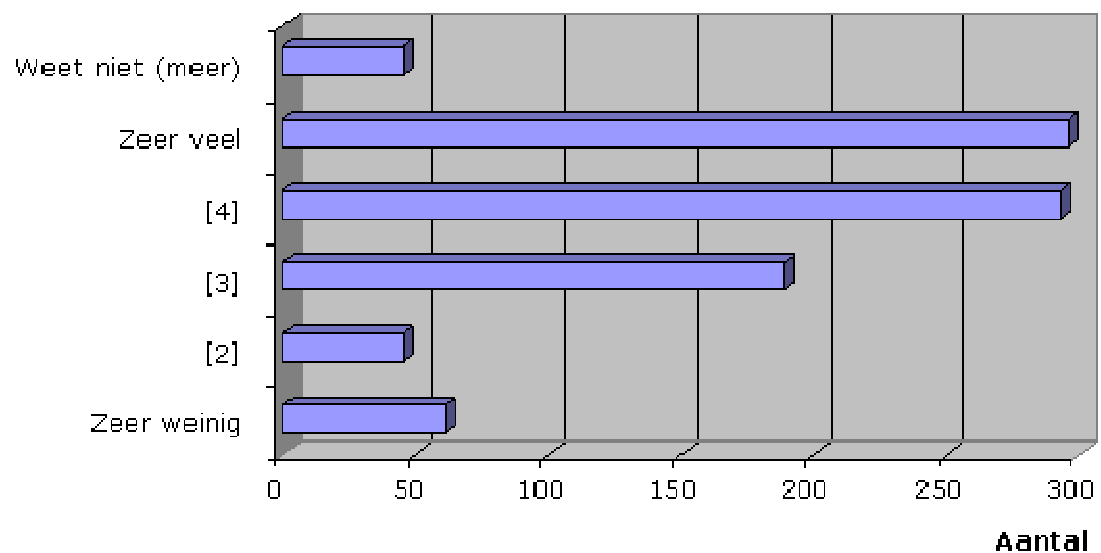


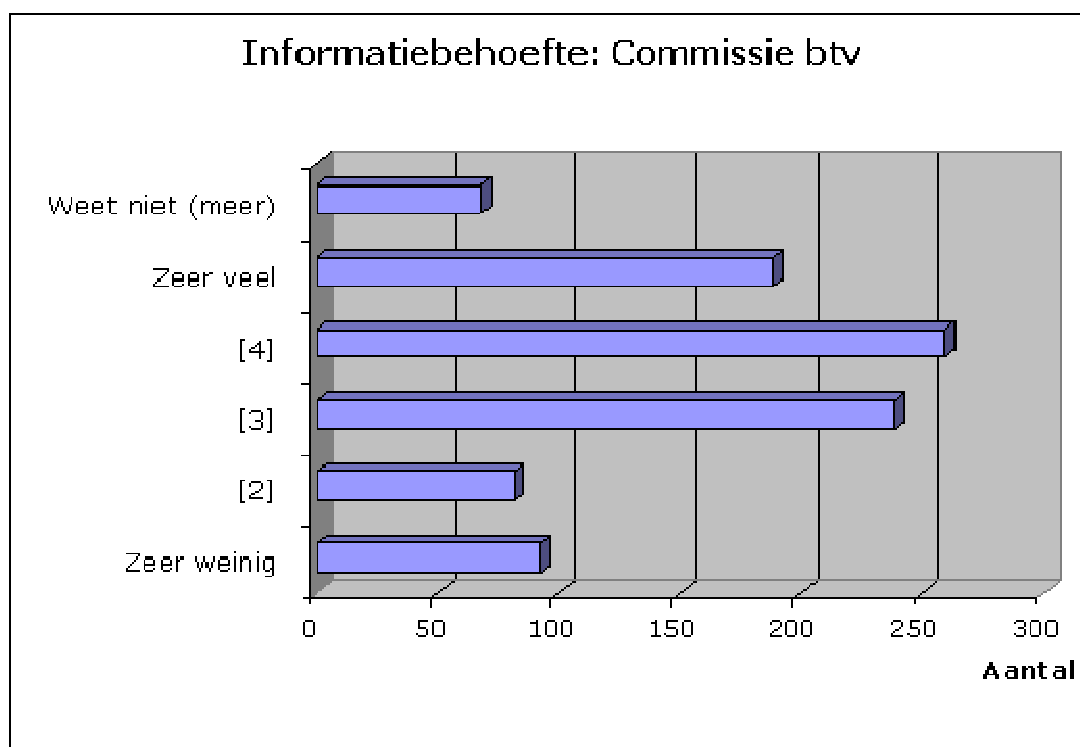


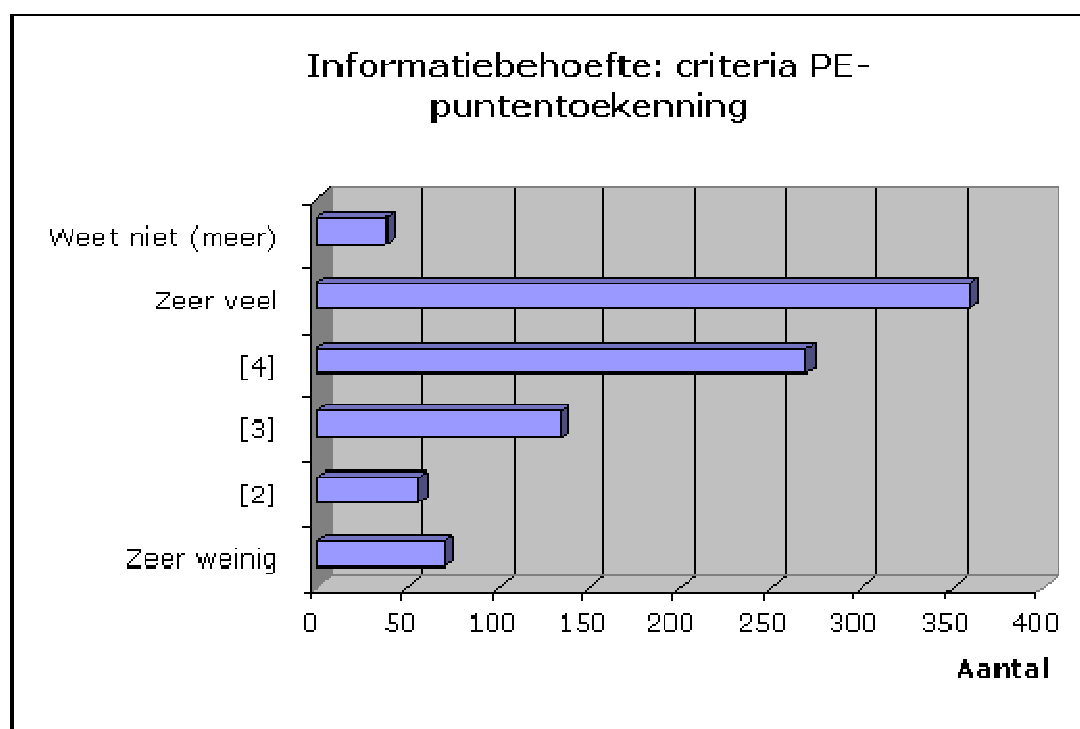
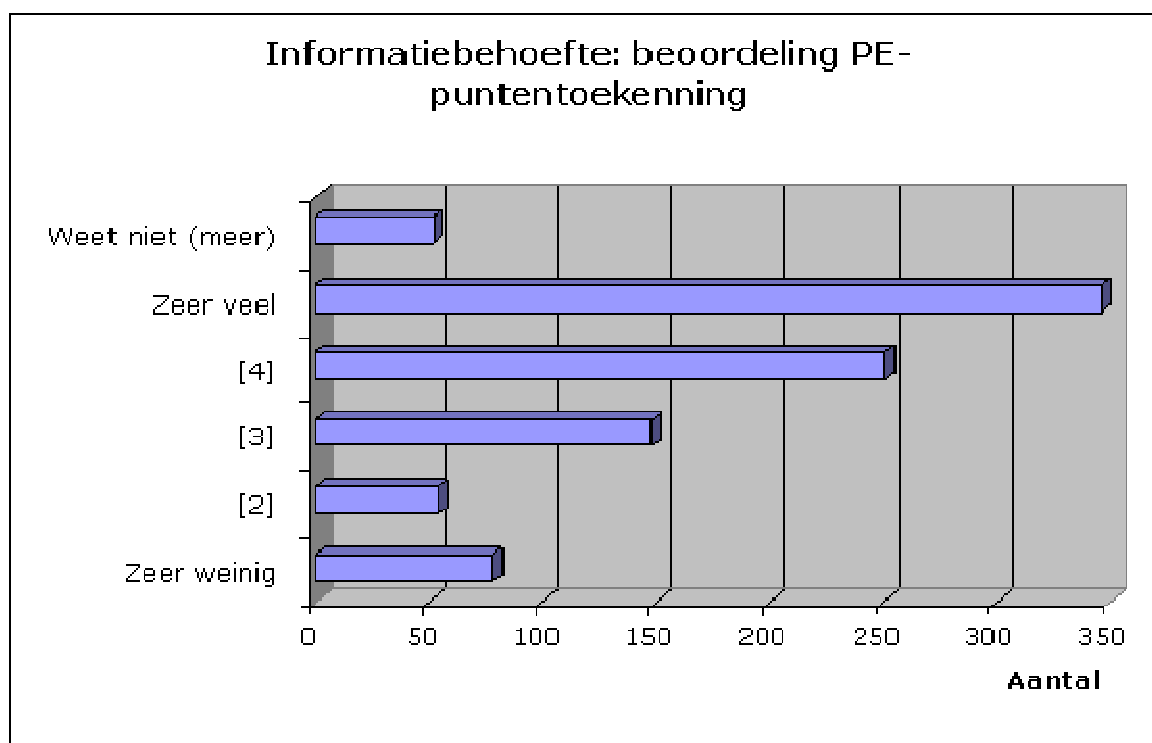
Informatiebehoefte: gegevens wijzigen

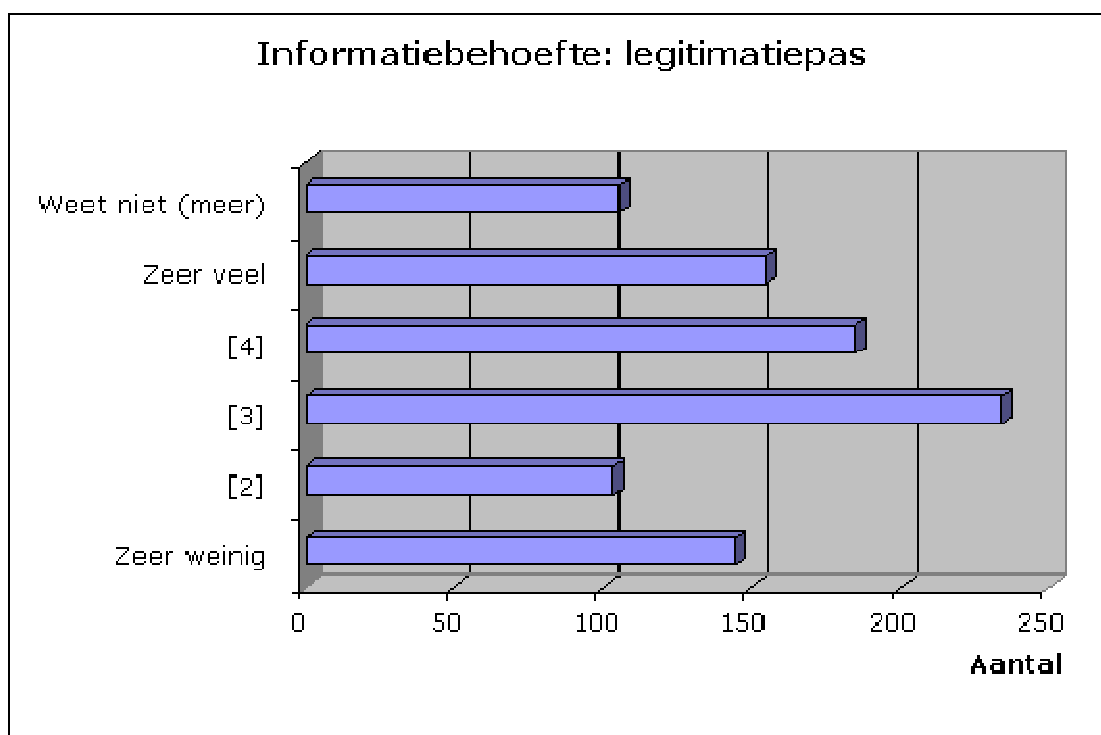
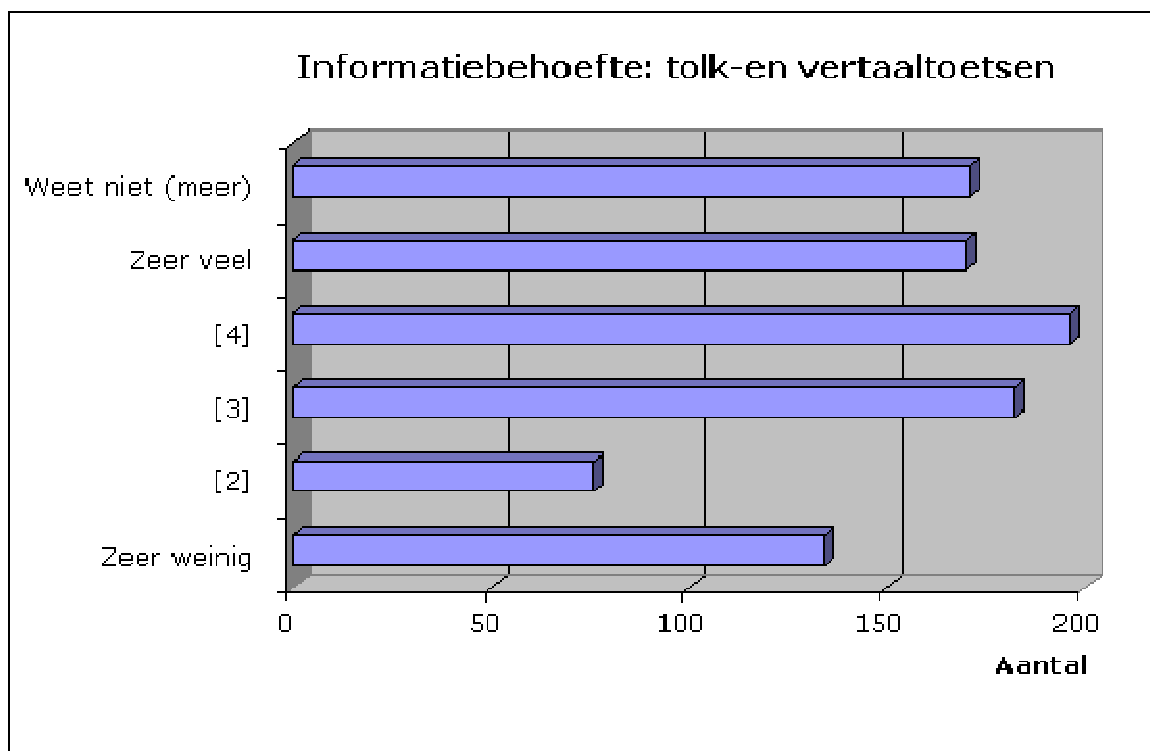


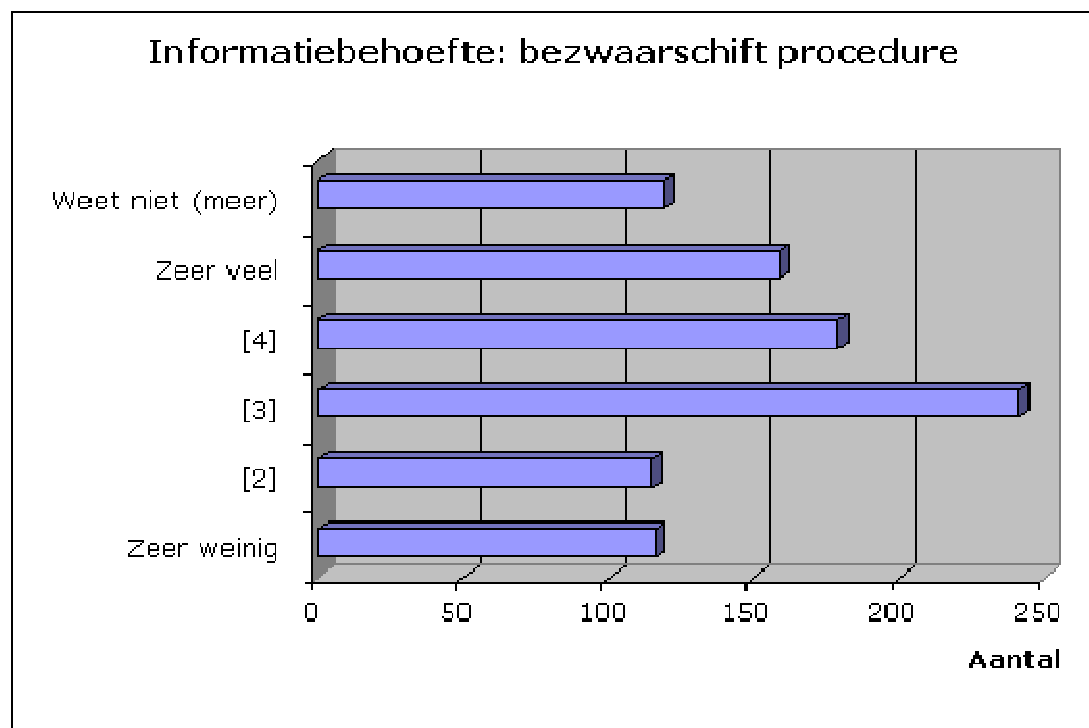
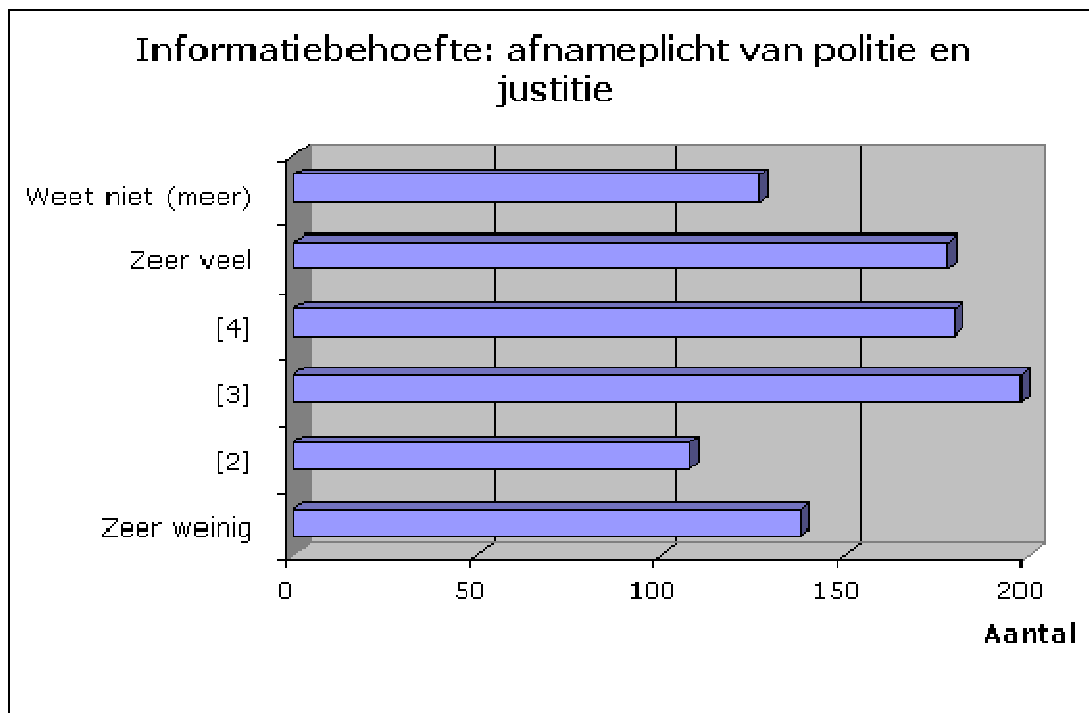
Informatiebehoefte: nieuws en ontwikkelingen

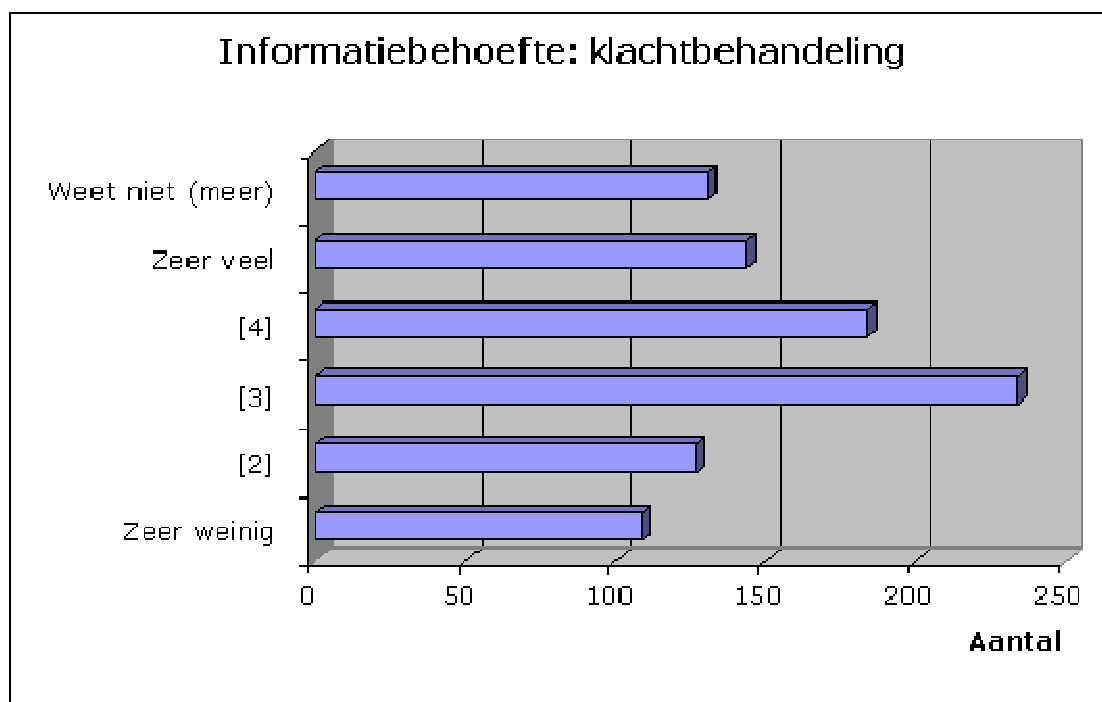
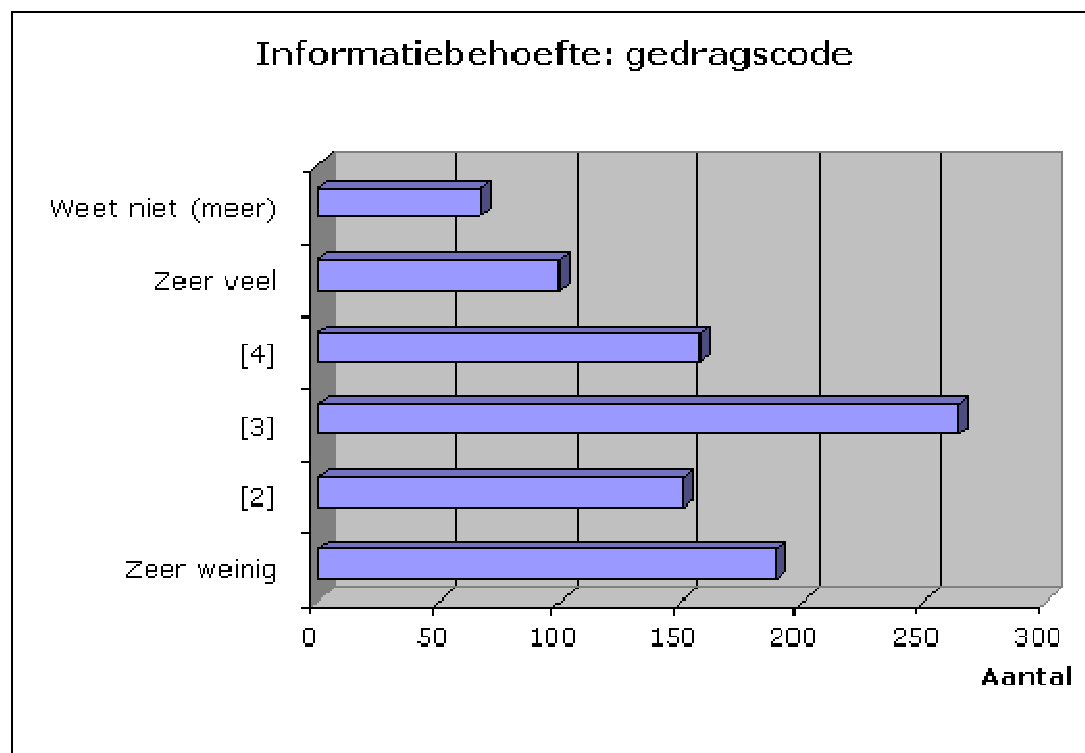


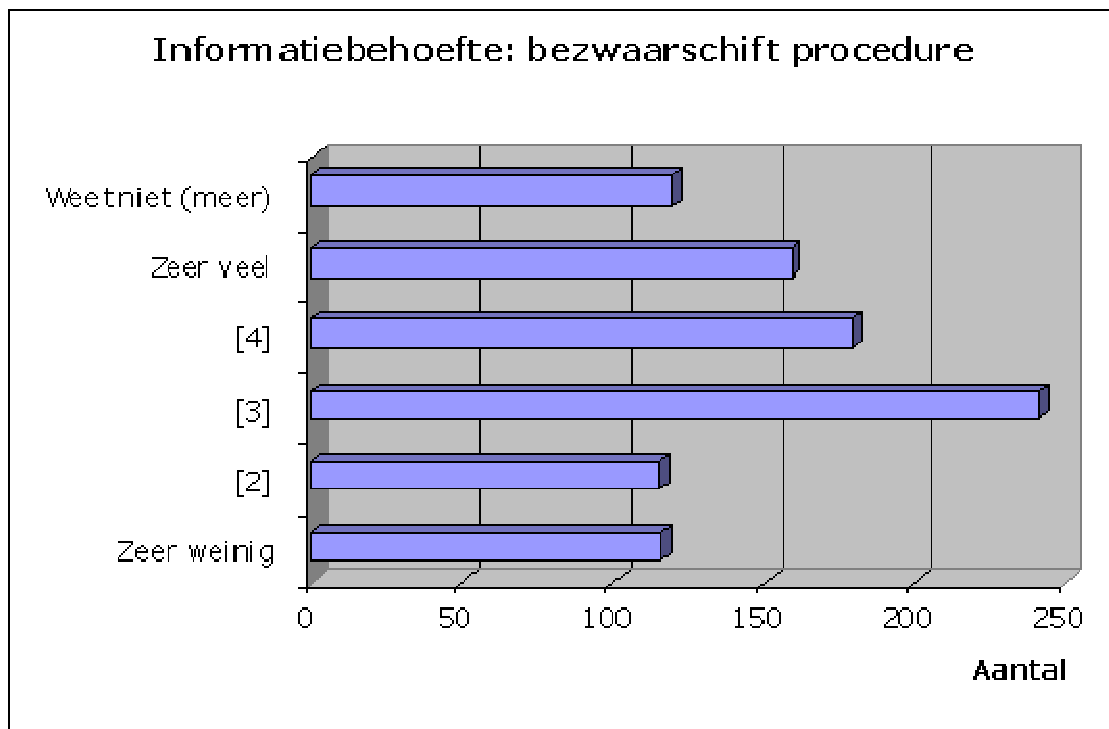






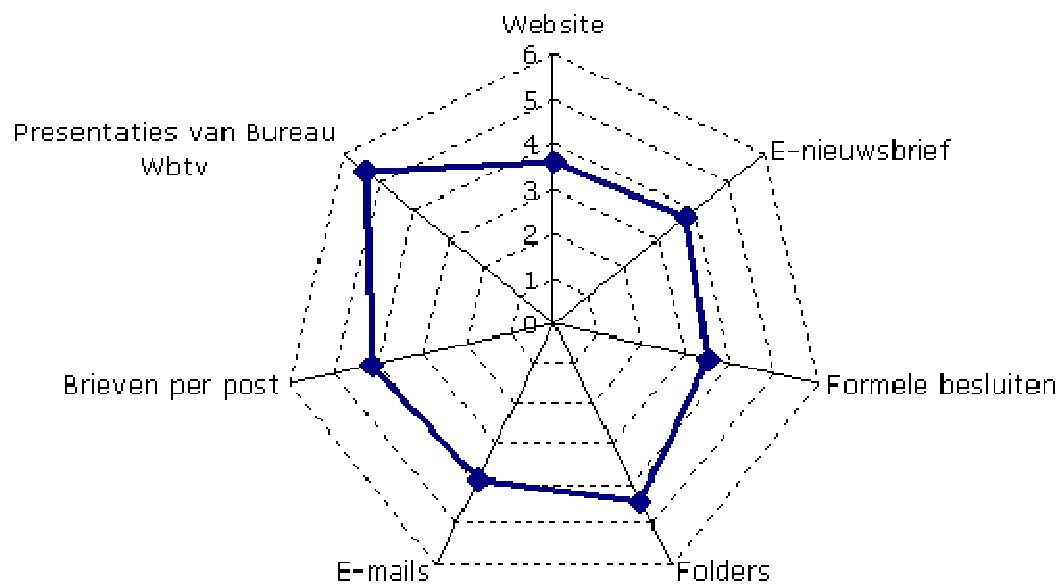






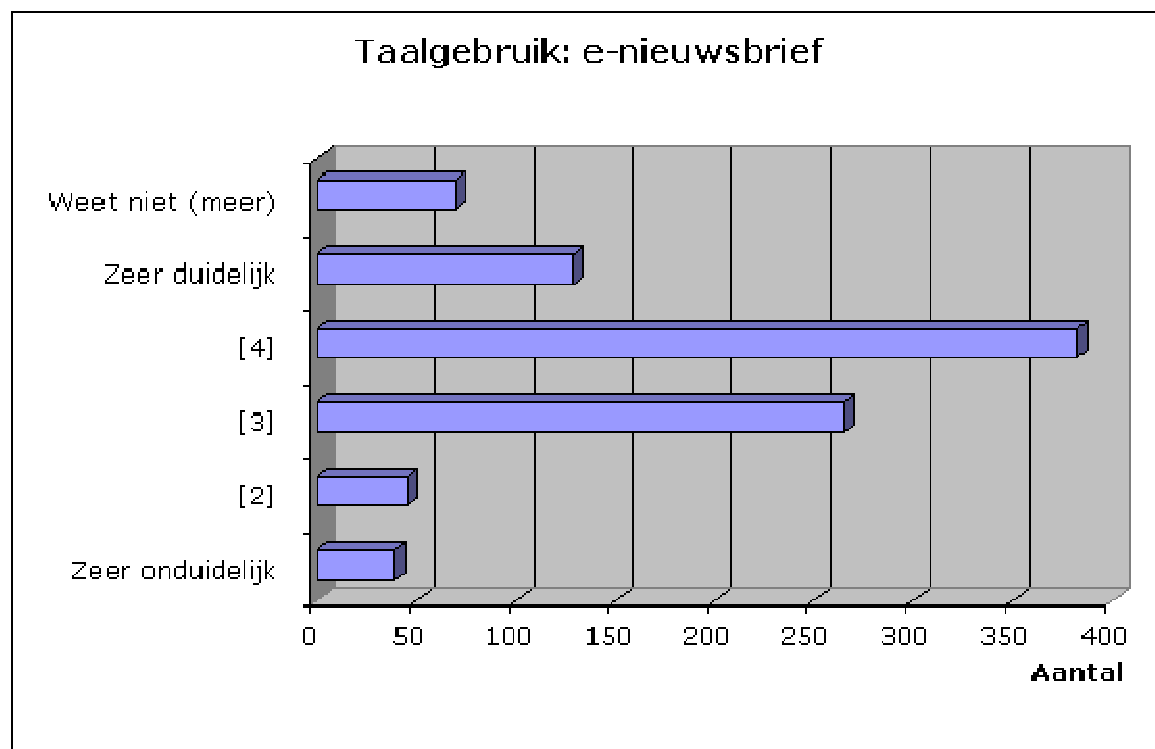
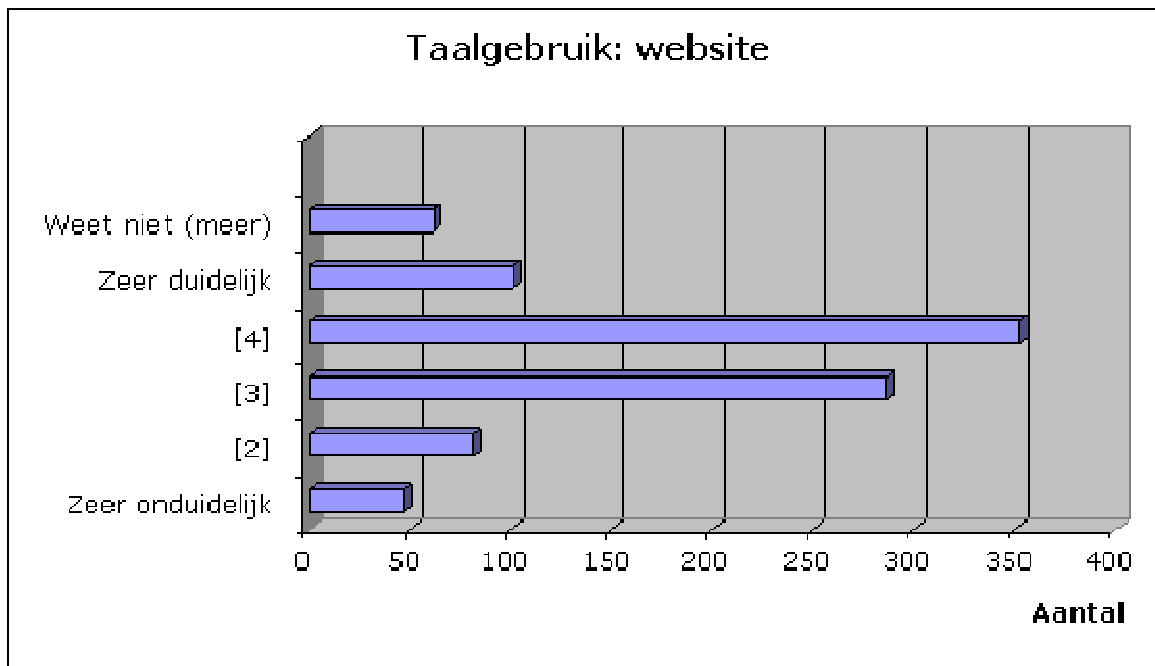
Vraag: Hoe beoordeelt u het taalgebruik in de communicatiemiddelen van Bureau Wbvtv?
1=onduidelijk 5= heel duidelijk

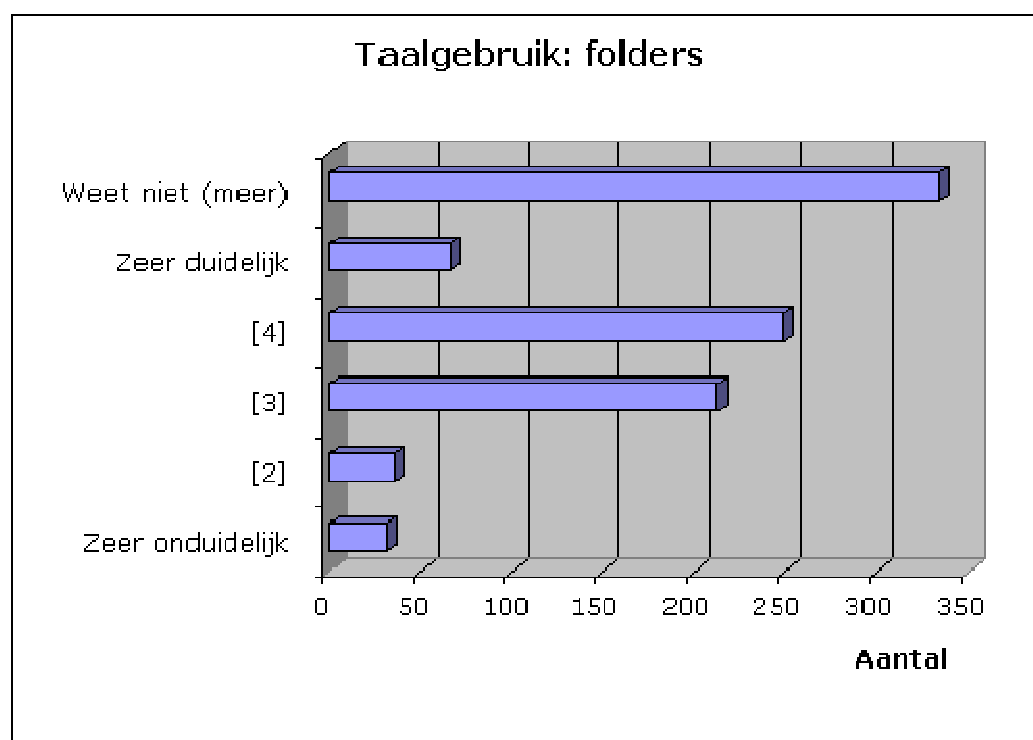
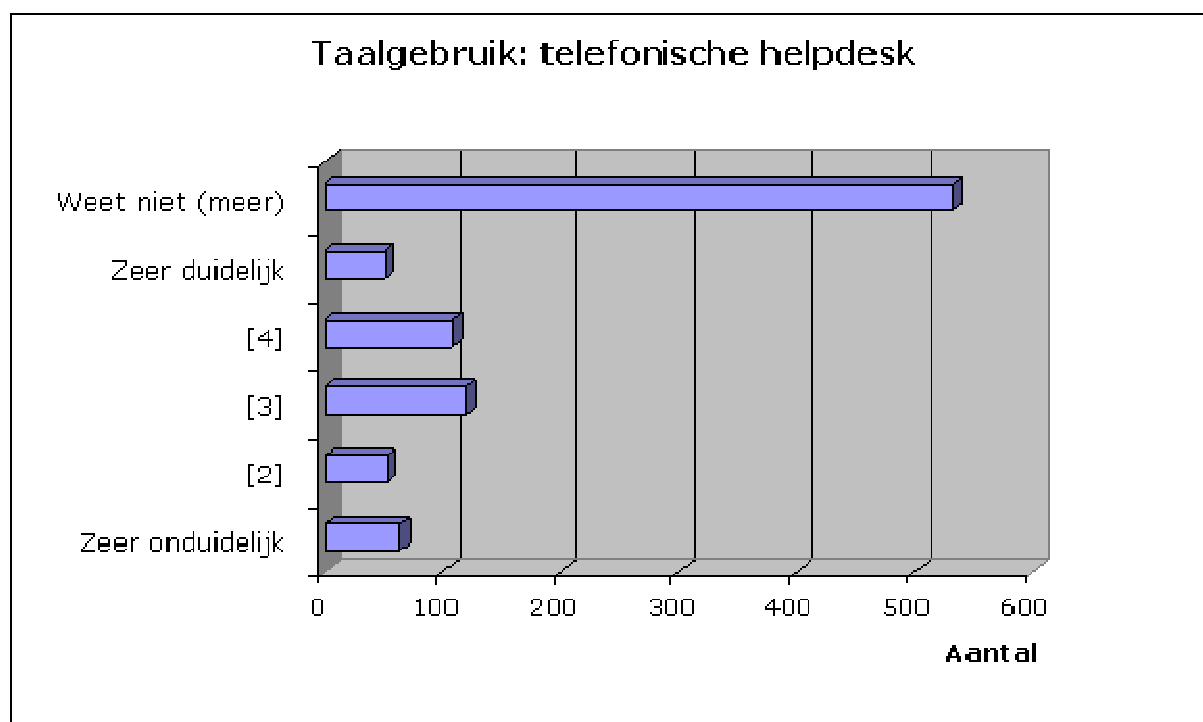
Beoordeling taalgebruik in communicatie Bureau Wbtv

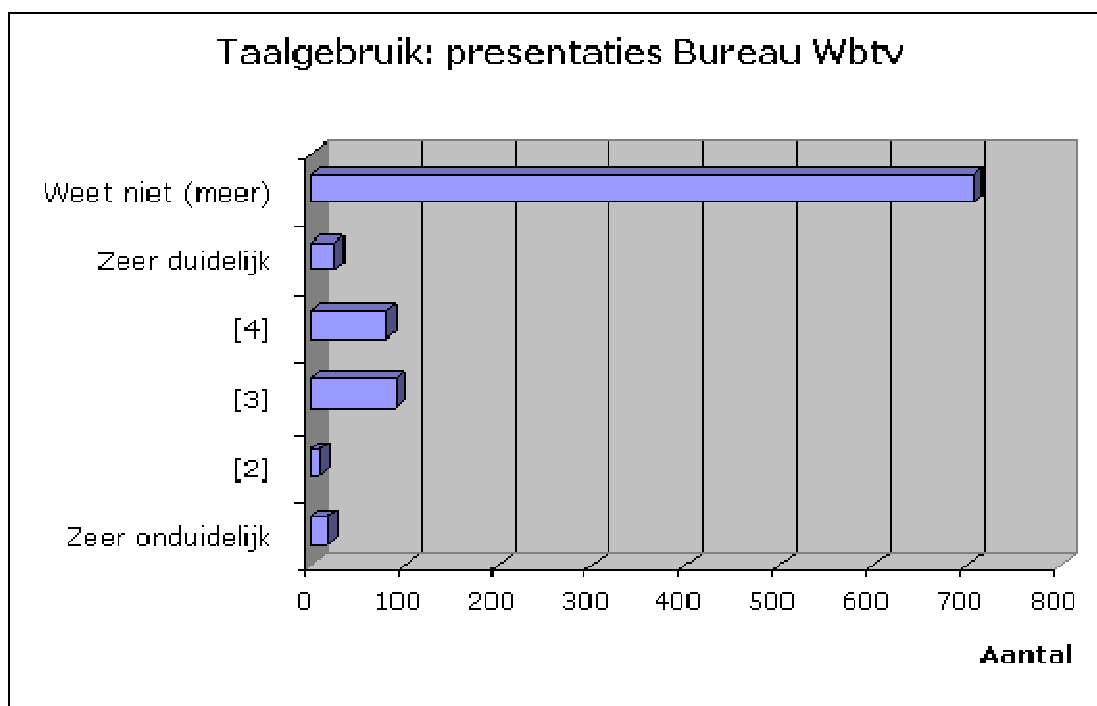
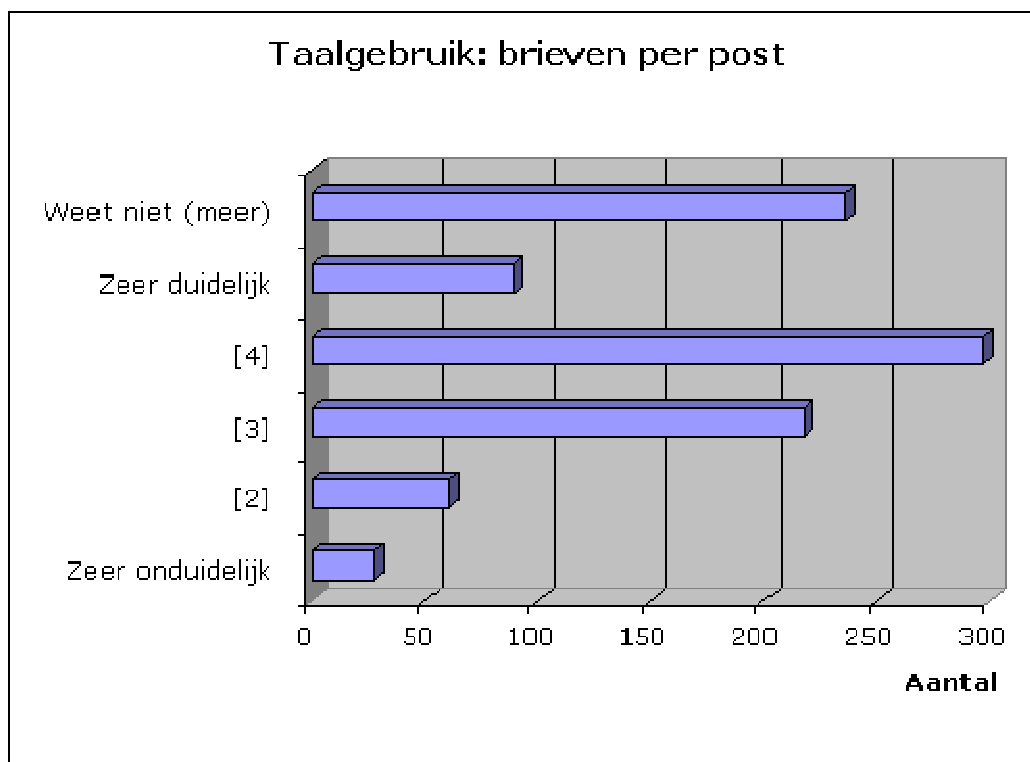


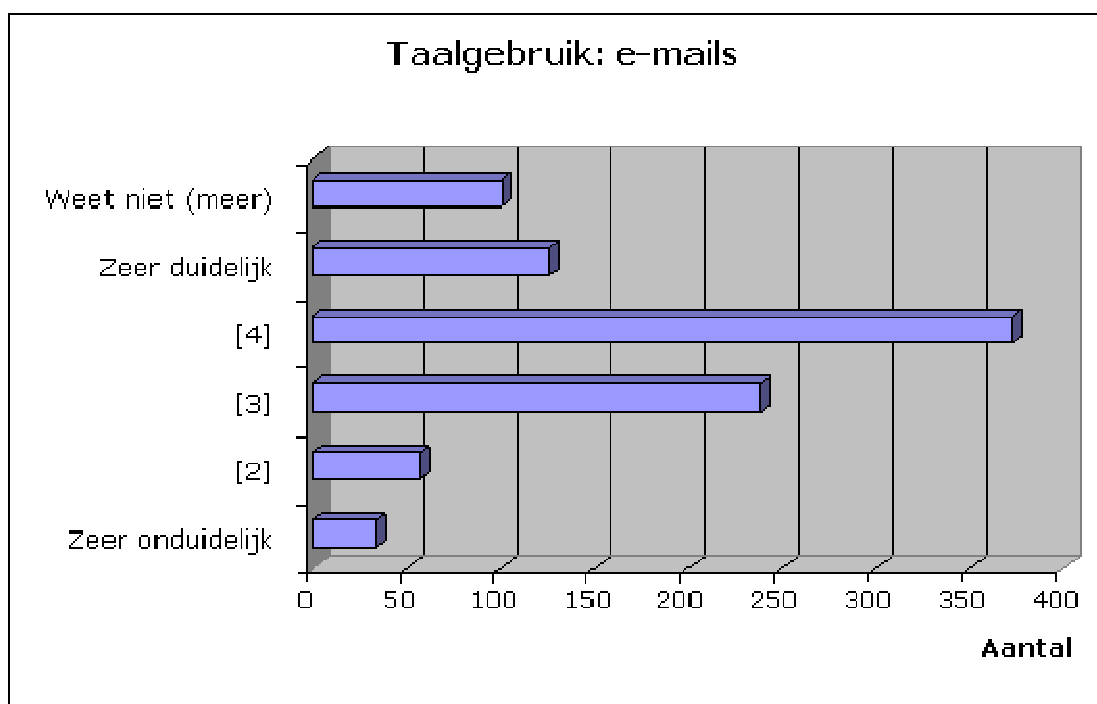
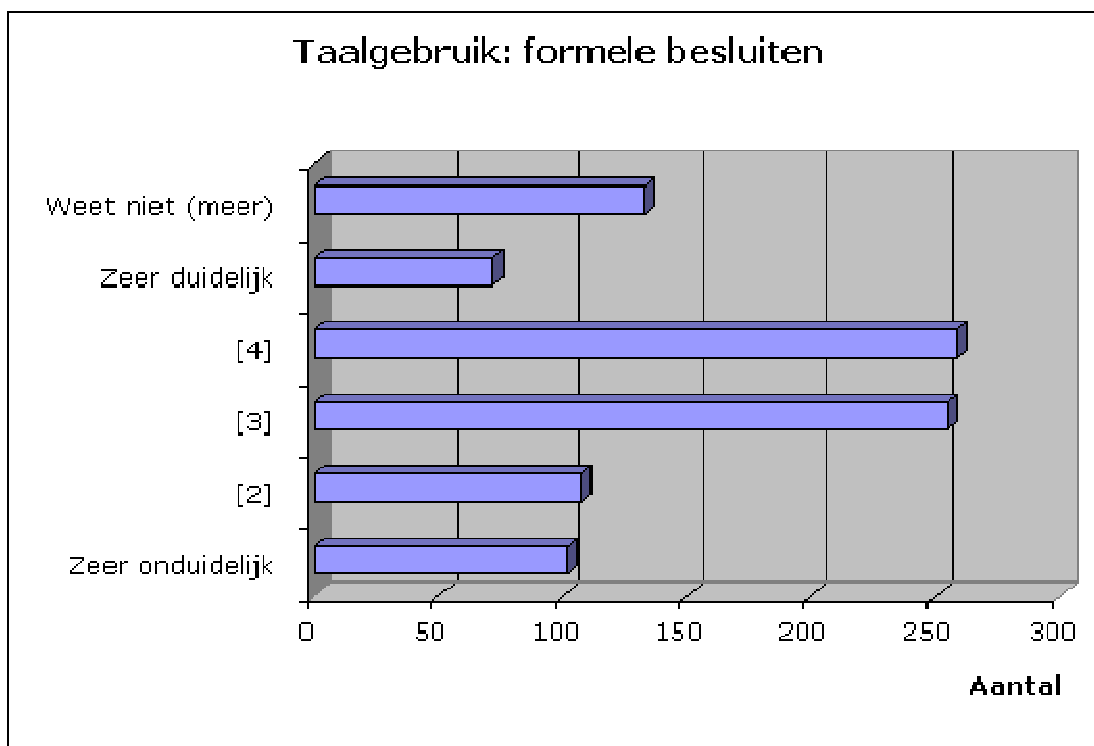
Vraag: hoe beoordeelt u het taalgebruik in de communicatiemiddelen van Bureau Wbtv?
1=onduidelijk 5= heel duidelijk

- Nogmaals deze vraag, maar elk antwoord krijgt nu een aparte grafiek.

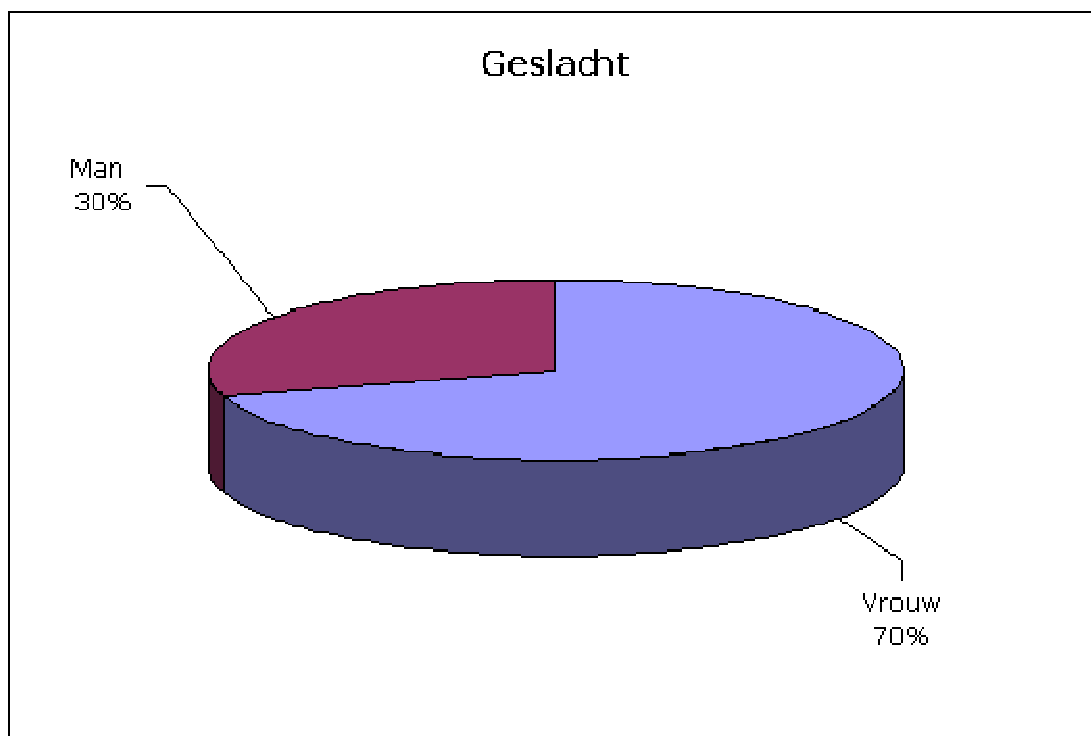




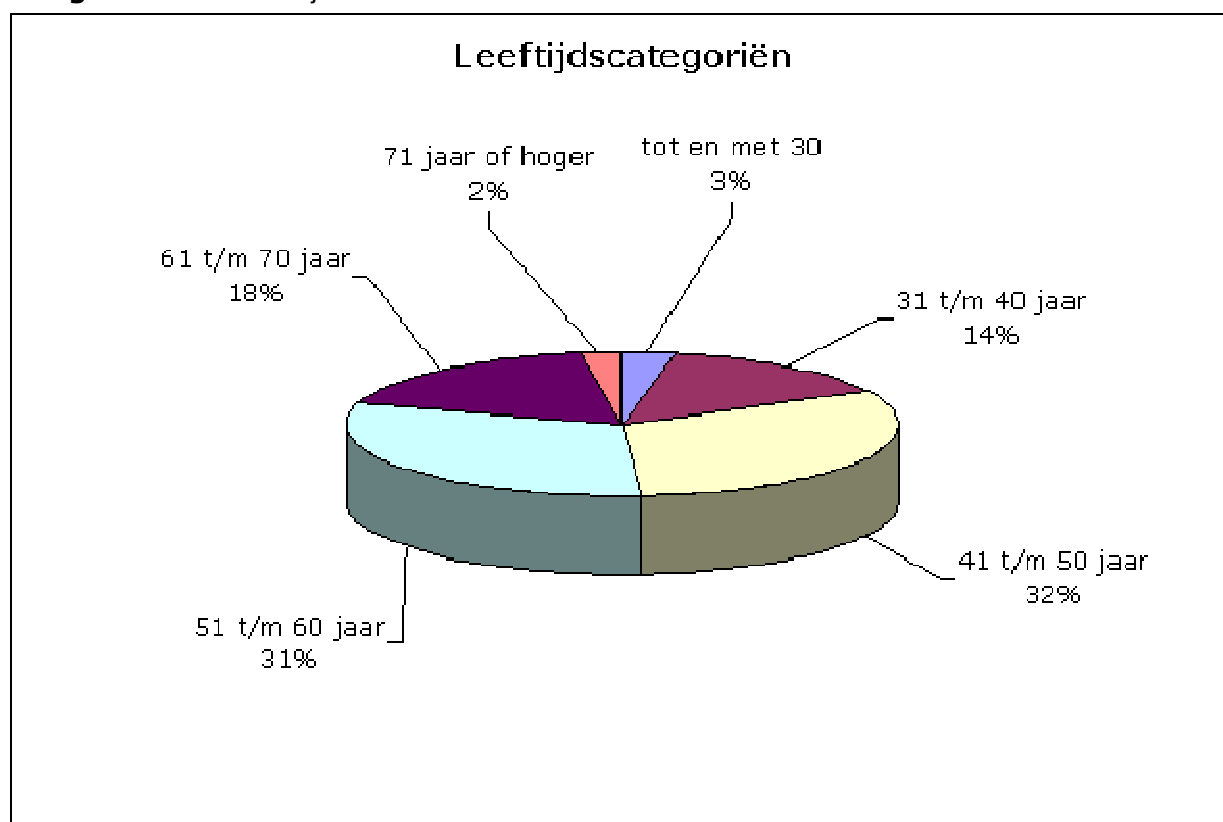




Vraag: bent u een vrouw of man?

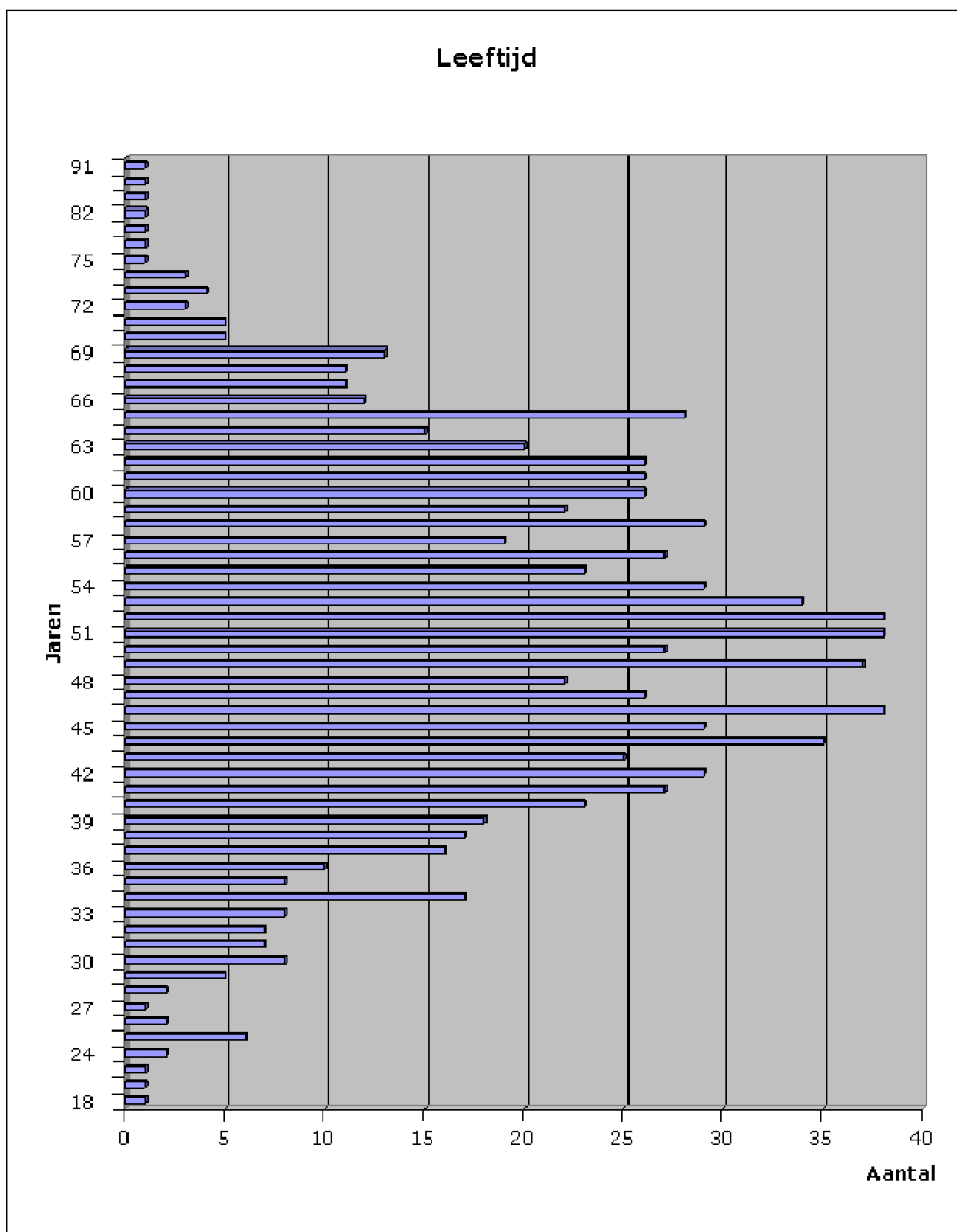


Vraag: wat is uw leeftijd?

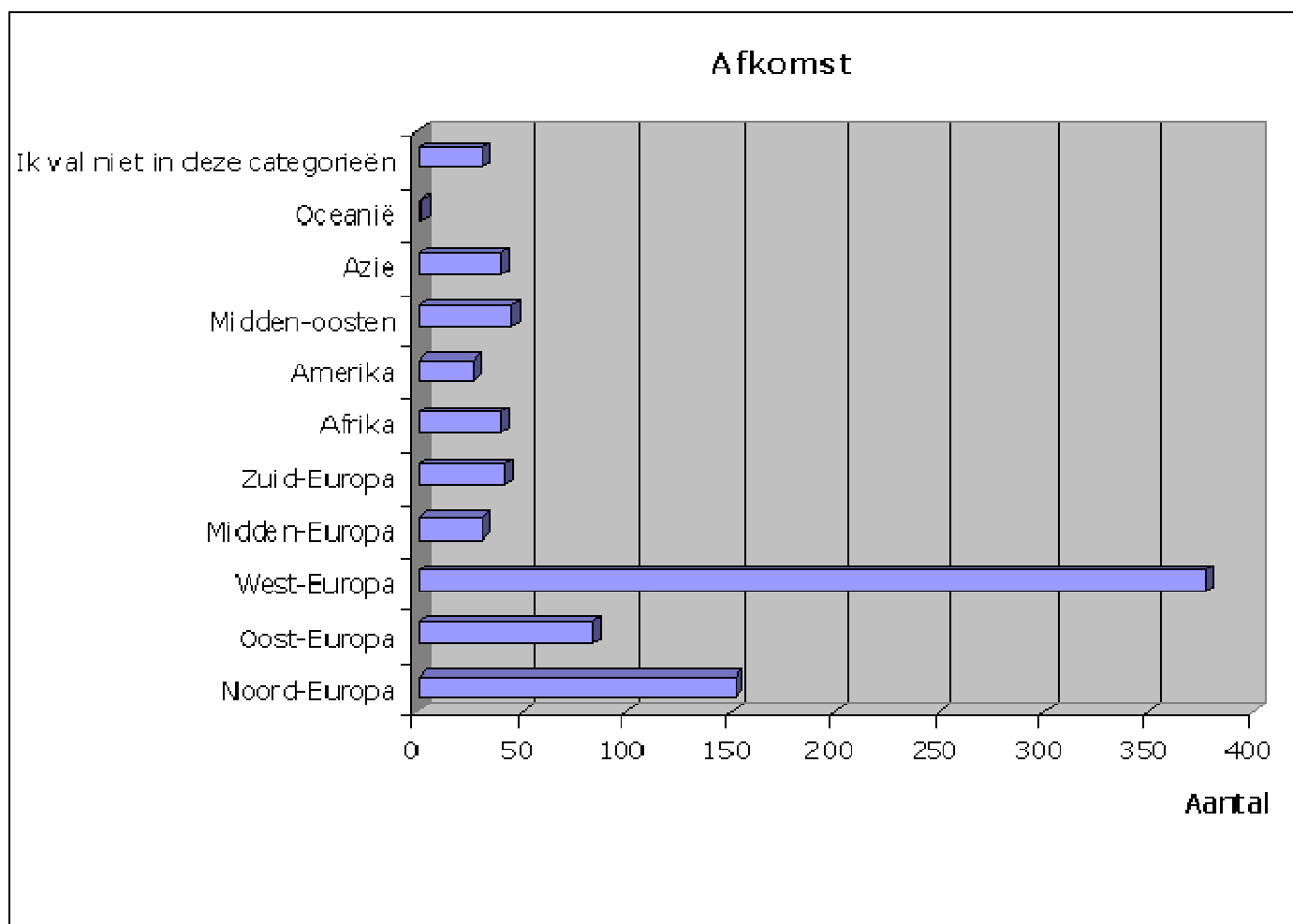


Vraag: wat is uw leeftijd?

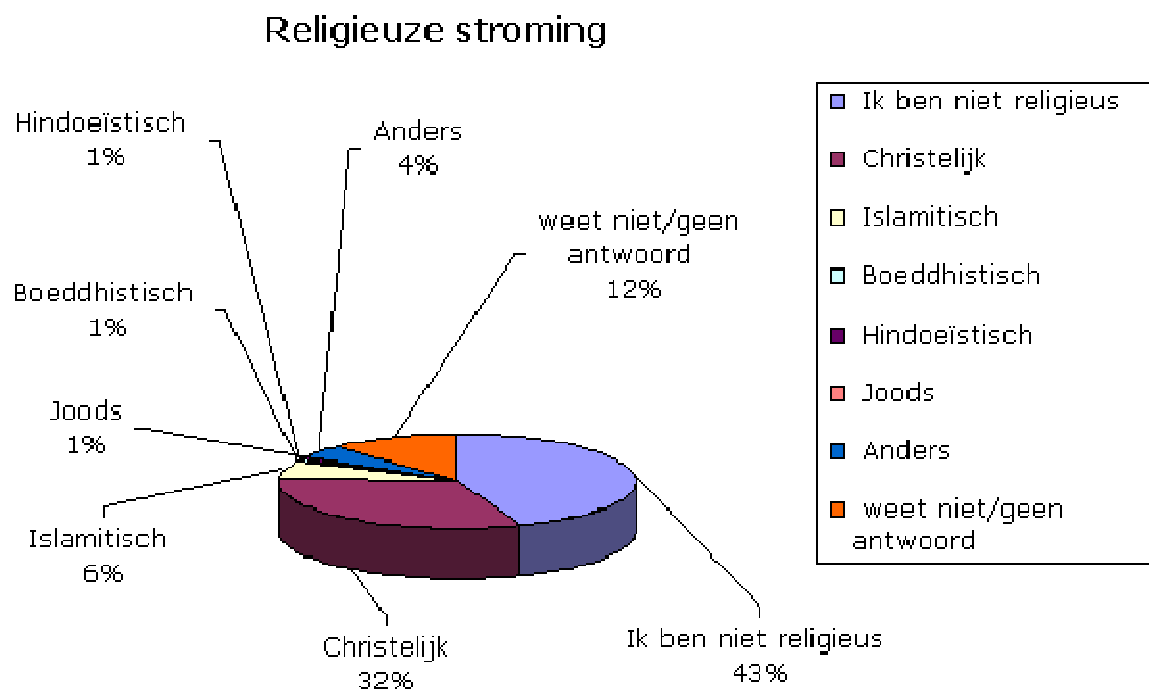
* Nogmaals deze vraag, maar dan uitgezet in precieze jaren.



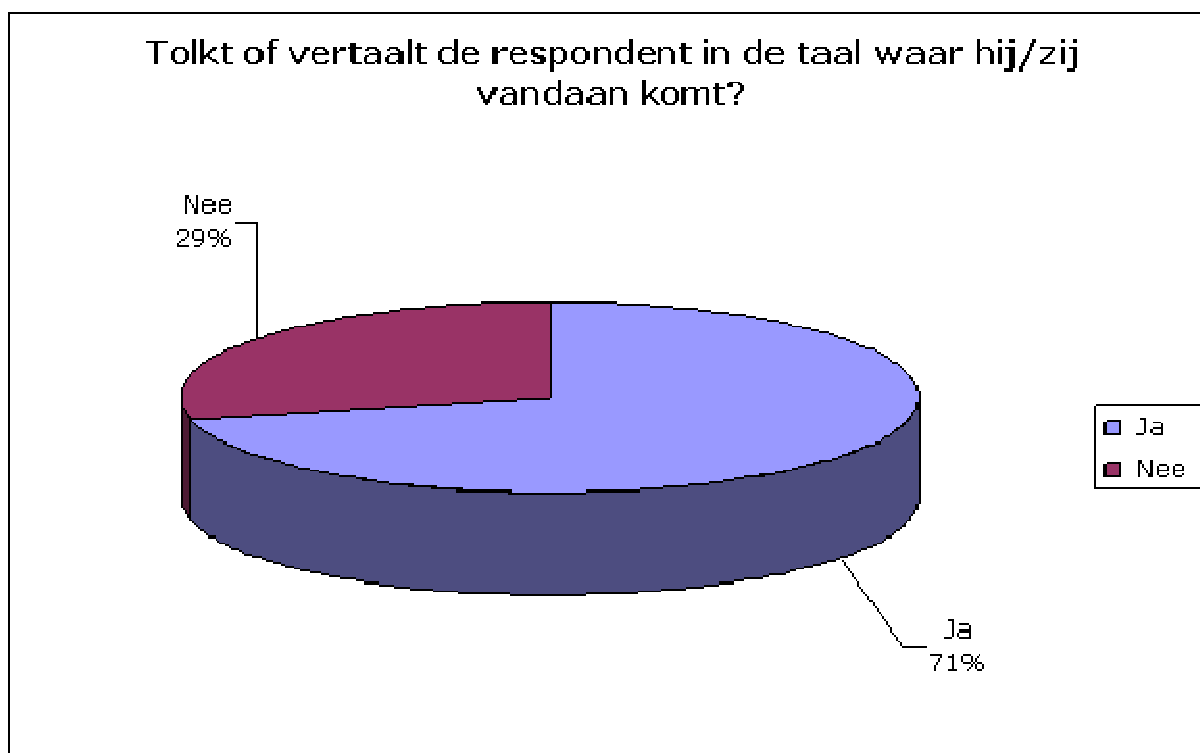
Vraag: uit welk deel van de wereld en welk land komt u oorspronkelijk?



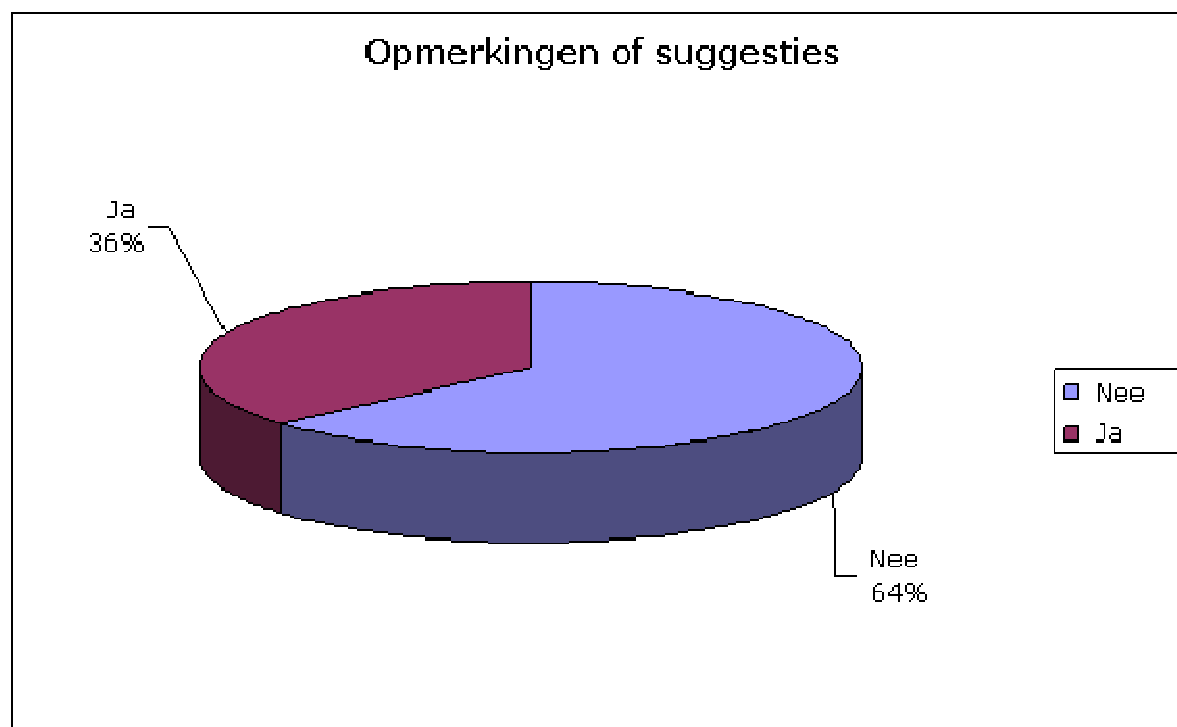
Vraag: tot welke religieuze stroming rekent u uzelf?



Vraag: tolkt of vertaalt u vooral in de taal waar u vandaan komt?



Vraag: heeft u nog opmerkingen of suggesties op het gebied van de communicatie van Bureau Wbtv?



2.4 Analyse open antwoorden enquête

In de enquête beantwoorden een groot deel van de respondenten de vraag 'heeft u nog opmerkingen of suggesties?' Hieronder staan een aantal opvallende zaken.

PE-punten

In de opmerkingen en suggesties noemen de respondenten de permanente educatie (PE) punten. Het is vaak onduidelijk hoeveel punten zij hebben en vragen om ondersteuning via de website. Door een individuele inlog, waarbij ze direct toegang krijgen tot hun PE gegevens. Het probleem ligt voornamelijk in de onoverzichtelijkheid van het aantal punten. Volgens de tolken en vertalers communiceert Bureau Wbtv nog onvoldoende over dit onderwerp. Meer dan honderd van de 338 opmerkingen en suggesties gingen over de PE-puntenregeling. Niet alleen het gebrek aan overzicht was een knelpunt voor velen, maar ook de werkwijze van Bureau Wbtv. Waarbij ze traag te werk gaan en niet genoeg rekening houden met individuele situaties.

Website

Er zijn respondenten die de website onoverzichtelijk vinden, de lay-out verouderd en de zoekfunctie niet optimaal functioneren. Bijna dertig van de 338 opmerkingen gaan over dit onderwerp. Er staat vaak onvolledig en tegenstrijdig informatie op de website en de respondenten vragen om een eigen pagina, waar ze hun gegevens kunnen zien.

(Telefonische) bereikbaarheid

Veel respondenten zijn ontevreden over de mate van bereikbaarheid van Bureau Wbtv en dan voornamelijk de telefonische bereikbaarheid. De respondenten geven aan dat het vooral wringt dat Bureau Wbtv alleen 's morgens bereikbaar is en telefonische kosten berekent.

Formeel taalgebruik en afstandelijk

Ruim dertig personen vinden het bezwaarlijk dat Bureau Wbtv zo formeel communiceert in brieven, de e-nieuwsbrief, e-mails en de website. Respondenten willen een persoonlijke benadering. Bureau Wbtv geeft nu de indruk, kil over te komen.

2.5 Vergelijken van resultaten

De vragen 'Uit welk werelddeel komt u oorspronkelijk?' en 'waar zoekt u informatie over algemeen nieuws en algemene ontwikkelingen?' zijn met elkaar in verband gebracht.

Vakbladen West-Europa

Het blijkt dat tolken en vertalers uit West-Europa meer dan gemiddeld vakbladen lezen om meer te weten over ontwikkelingen in het vakgebied (45 procent). Hier staat tegenover dat een derde van alle respondenten ook echt vakbladen leest.

Communicatiemiddelen en afkomst

Bij het vergelijken van afkomst en voorkeur van communicatiemiddelen, blijkt dat een groot deel van de Europeanen de tijdschriften achterwege laten. Zo'n 85 procent van de Europeanen gebruikt geen tijdschrift om algemeen nieuws en algemene ontwikkelingen op het gebied van tolken en vertalers te zoeken. Dit is geen geschikt middel om de doelgroep te bereiken.

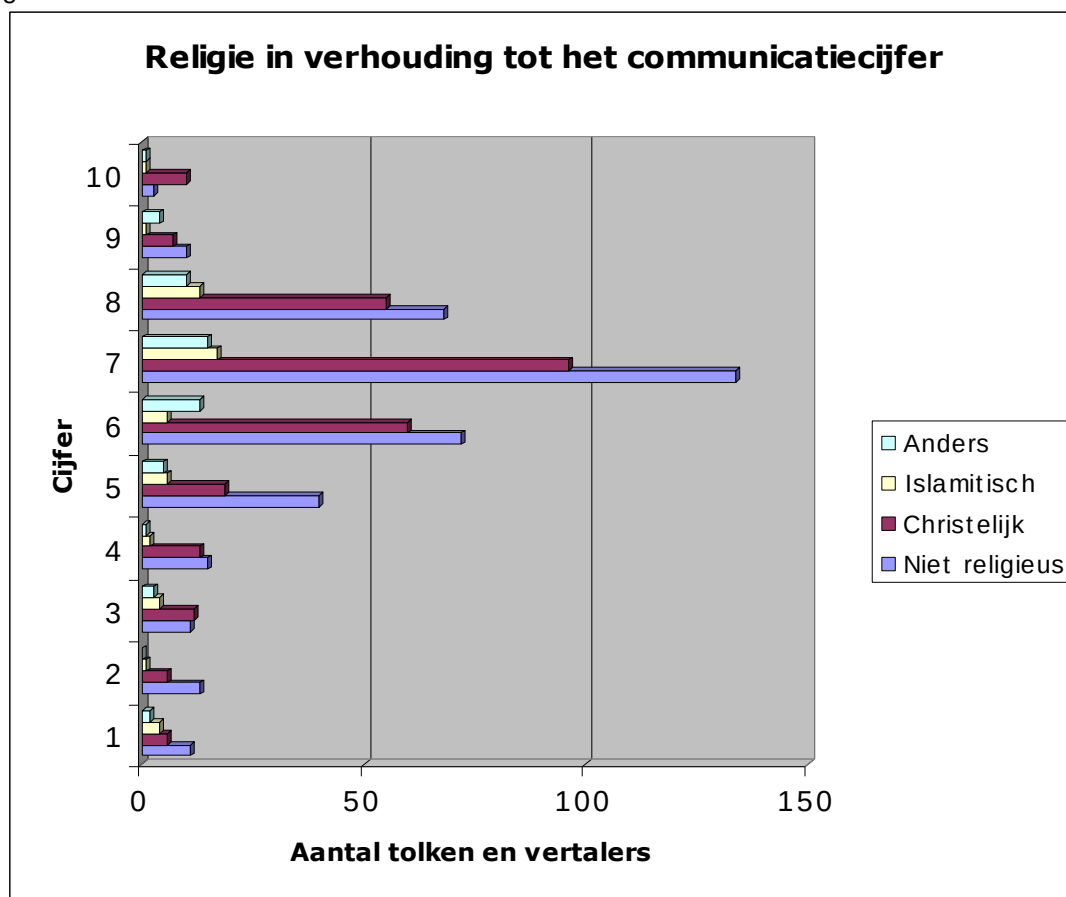
Midden-Oosten

Resultaten van de analyse geven aan dat mensen uit het Midden-Oosten relatief vaak presentaties van Bureau Wbtv bezoeken, 37 procent van de tolken en vertalers geeft dit aan. Het gemiddelde is 14 procent.

Bij de andere antwoordopties zoals: internet, kranten, tijdschriften, folders, website, collega's, bemiddelingsbureaus lag geen bijzonder verband of uitschiend resultaat.

Religie

Omdat het verschil in aantal religies zeer laag ligt, zijn de antwoorden: islamitisch, christelijk, niet religieus en anders met andere resultaten in verband gebracht. Hieronder staat deze tabel samen met het cijfer dat men aan de communicatie van Bureau Wbtv geeft



Religie en communicatie Bureau Wbtv

Om te achterhalen of het probleem mogelijk een intercultureel karakter heeft, zijn er twee enquêtevragen met elkaar in verband gebracht. Dit levert geen opvallende resultaten op. Mensen met verschillende religies, kiezen over het algemeen vrijwel dezelfde communicatiemiddelen. Vooral de e-nieuwsbrief en de website is een populair communicatiemiddel om informatie te verkrijgen. Wat wel blijkt uit de enquête en dan vooral de open antwoorden, is dat men niet begrijpt waarom de vraag over religie in de enquête zit. Hier ontstond onvrede over en daarom is gedurende de enquêteverspreiding nog snel de vraagvolgorde veranderd, zodat de religievraag minder prominent aanwezig was.

Leeftijd

Leeftijd speelt mogelijk een rol in de keuze voor een communicatiemiddel of de boodschap. Om die reden staat de leeftijd versus 'hoe wilt u dat Bureau Wbtv u informeert over algemeen nieuws en ontwikkelingen?'

Tolken en vertalers tussen de 61 en 70 jaar zetten de optie 'sociale media' gemiddeld vaker onderaan de lijst. De iets oudere tolken en vertalers geven daarentegen de voorkeur aan de traditionele media, zoals de e-nieuwsbrief. In de resultaten is te zien dat 20 procent van de jongere tolken en vertalers het reguliere communicatiemiddel 'telefoon' onderaan de lijst plaatst.

Bij de leeftijd en de beoordeling van het taalgebruik in de communicatiemiddelen zijn geen opvallende verschillen te zien. Er is weinig onderscheid tussen de diverse leeftijdscategorieën.

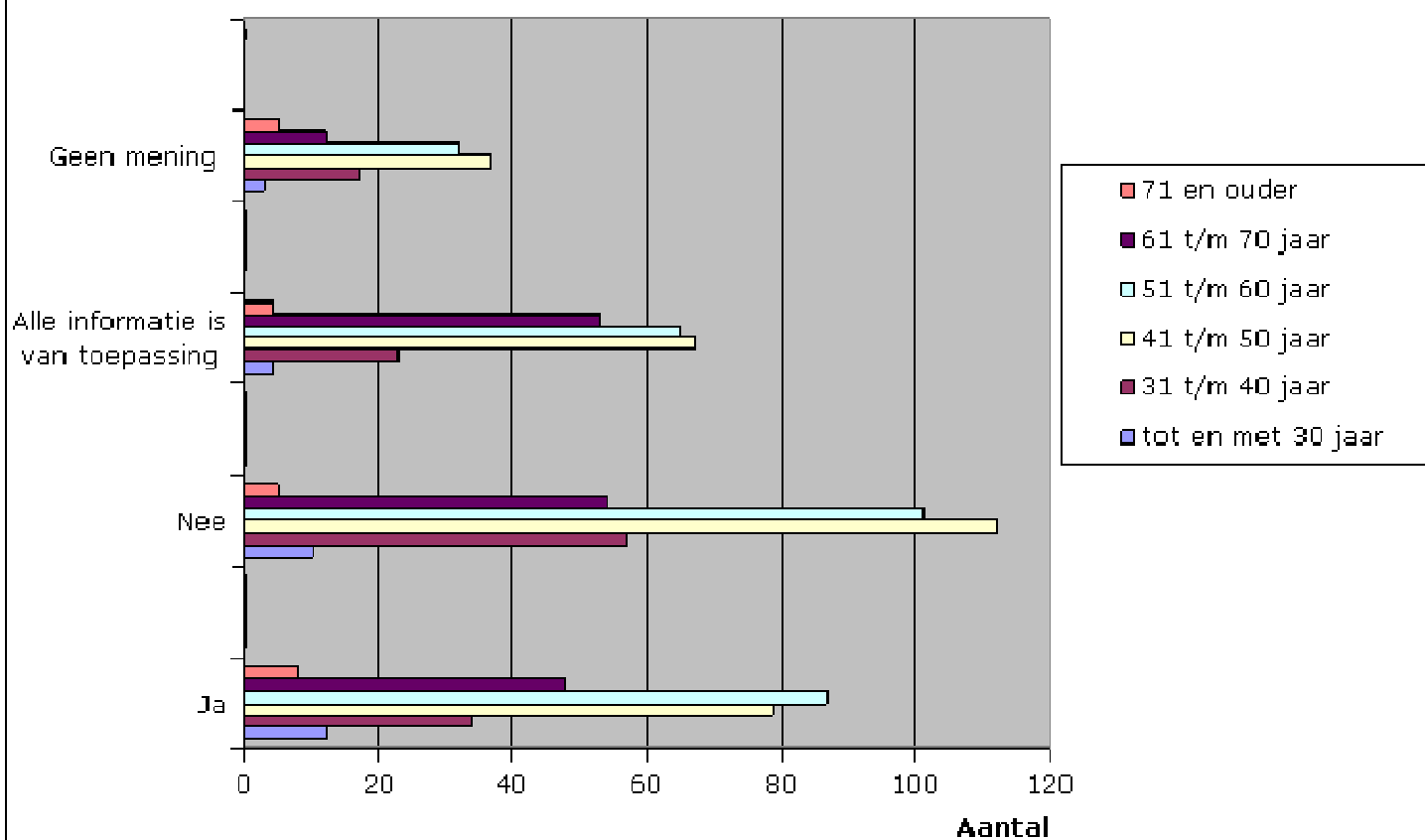
Werkduur

In de enquête staat een vraag waarin de tolken en vertalers aangeven, hoelang zij werkzaam zijn als tolk of vertaler. Om te achterhalen of er verschil bestaat tussen de arbeidsduur en het beoordelen van de communicatiemiddelen van Bureau Wbtv zijn twee vragen gekoppeld. 'Hoe wilt u dat Bureau Wbtv u informeert over algemeen nieuws en algemene ontwikkelingen op het gebied van tolken en vertalen?' en 'Hoe lang bent u werkzaam als tolk/vertaler?' Dit leverde geen uitzonderlijke resultaten op. Mensen uit de categorieën 0 t/m 2 jaar, 3 t/m 5 jaar, 5 t/m 10 jaar en langer dan 10 jaar hebben overeenkomstige voorkeuren voor communicatiemiddelen.

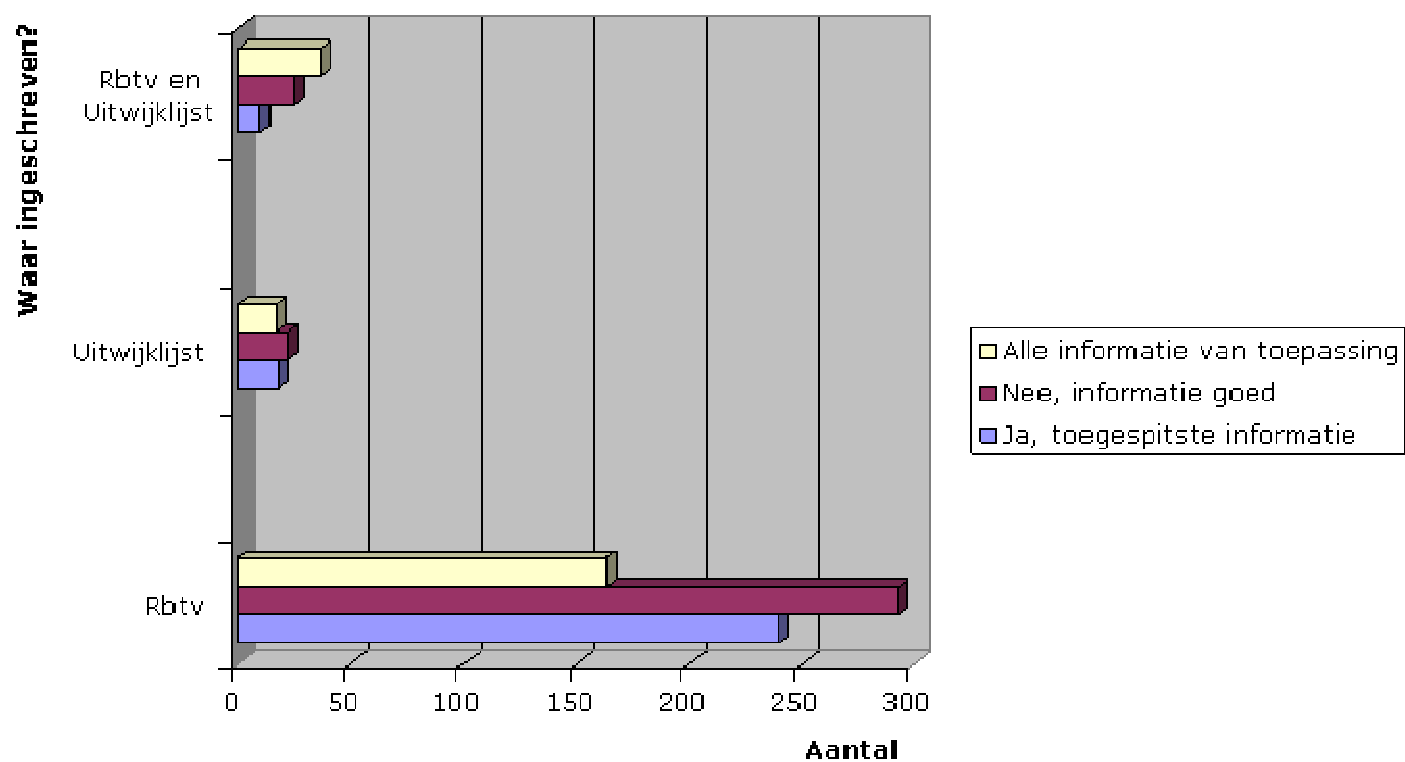
Werelddeel en taal

Het overgrote deel van de doelgroep heeft aangegeven te tolken of vertalen in de taal waar zij vandaan komen. Ter illustratie: 91% van de personen uit Oost-Europa geeft aan te werken met de oorspronkelijke taal.

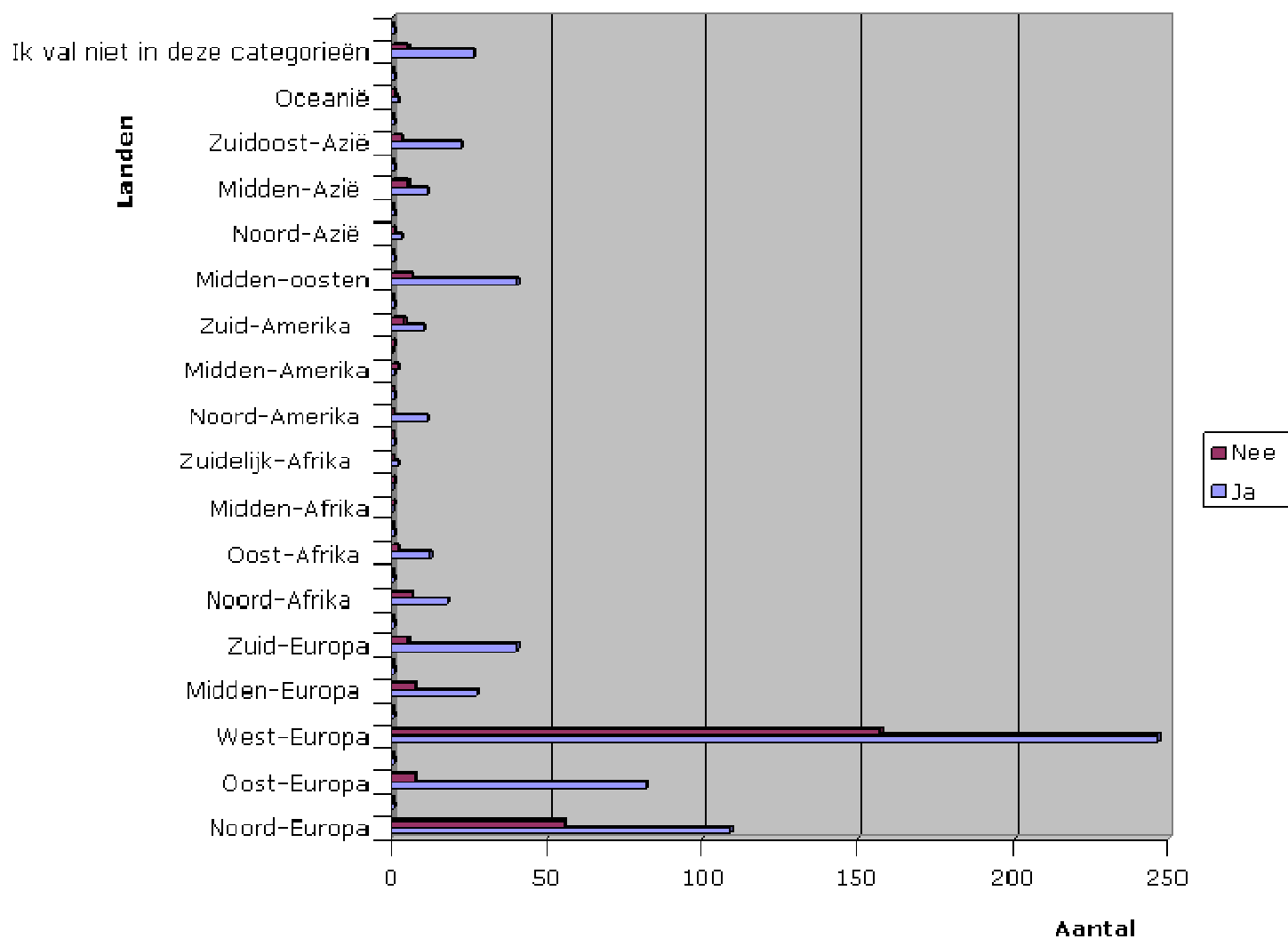
Leeftijd en onderscheid in communicatie



Onderscheid in communicatie en waar staan tolken en vertalers ingeschreven?



Werelddeel en taal



2.6 Representativiteit enquête

De enquête is representatief ten opzichte van de populatie, alle ingeschreven tolken en vertalers. Van de 3676 personen vullen 900 respondenten de vragenlijst in. De steekproefformule voor een eindige populatie geeft aan dat dit onderzoek representatief is bij 348 respondenten. Bij een bekende populatiegrootte gebruikt men de eindige formule. Een oneindige formule is van belang als het onduidelijk is hoeveel personen er in de doelgroep zitten.

De gemiddelde leeftijd onder tolken en vertalers is vijftig jaar oud en het overgrote deel is vrouw. Deze factoren komen overeen met de aangeschreven tolken en vertalers die de enquête invulden. Daarnaast staan meer 'vertalers' in het register en de Uitwijklijst dan 'tolken'. Dit is ook terug te zien in de resultaten.

Formule:

$$n \geq \frac{N \times z^2 \times p(1-p)}{z^2 \times p(1-p) + (N-1) \times F^2}$$

Ingevulde formule:

$$\frac{3676 \times 1,96^2 \times 50 (1-50)}{1,96^2 \times 50 (1-50) + (3676-1) \times 5^2}$$

n = het aantal benodigde respondenten. Altijd naar boven afronden

z = de standaardafwijking bij een bepaald betrouwbaarheids%. Dus 1,96 bij 95% betrouwbaarheid. Deze wordt bijna altijd gebruikt. Zie voor andere getallen de boeken statistiek.

N = de grootte van de populatie

p = de kans dat iemand een bepaald antwoord geeft (in de meeste gevallen 50%)

F = de foutmarge vaak wordt hierbij 3%, 5% of 7%.

2.7 Inhoud focusgroepsbijeenkomst

Inleiding (10 min)

Welkom allemaal en bedankt voor het komen. Ik ben Nicolette van der Heide, gespreksleider van deze bijeenkomst en dit is voor mijn afstudeeronderzoek aan de Hogeschool Utrecht. Dit is Monique van Lierop, stafmedewerkster bij Bureau Wbtv. Zij is vandaag notulist en beantwoord eventuele inhoudelijke vragen.

Dit is een afstudeeronderzoek in opdracht van Bureau Wbtv en onder leiding van Hogeschool Utrecht. Voordat ik uitleg waar dit onderzoek over gaat en wat wij vandaag gaan doen, wil ik graag vragen of iemand trek heeft in een kopje thee, koffie, water of een koekje?

Vinden jullie het goed als ik het gesprek opneem met een voicerecorder? Op die manier kan ik het gesprek nog eens naluisteren en analyseren.

Doel: het doel van deze bijeenkomst is achterhalen wat jullie van de communicatie van Bureau Wbtv vinden, zodat de communicatie beter aansluit op de wensen van tolken en vertalers.

De bijeenkomst duurt ongeveer anderhalf uur. In elke hoek staat een stelling die we vandaag bespreken. Jullie mogen alles zeggen, er zijn geen foute antwoorden. Het kan zijn dat ik iemand op een gegeven moment onderbreek als de tijd in het geding komt en we nog andere onderwerpen moeten bespreken. Rondom de stellingen schrijf ik steekwoorden zodat we een overzicht hebben en verder kunnen discussiëren.

Er liggen hier naambordjes, zodat we iedereen bij naam kunnen noemen. Wil iedereen zich even kort voorstellen en uw naam op het papiertje schrijven?

Dit zijn de drie hoofdonderwerpen waar we het vandaag over gaan hebben.

1. Communicatiemiddelen van Bureau Wbtv (25 minuten)

Stelling: de communicatiemiddelen van Bureau Wbtv zijn voldoende, maar de invulling moet beter.

Deelonderwerpen:

- Uit onderzoek blijkt dat 25 procent van de tolken en vertalers **presentaties en bijeenkomst** van Bureau Wbtv en **telefonisch contact** het minst prettig ervaren, om van algemeen nieuws en algemene ontwikkelingen te horen. Hoe ervaren jullie deze communicatiemiddelen? Hebben jullie wel eens gehoord van bijeenkomsten van Bureau Wbtv? Zouden jullie wel eens een bijeenkomst mee willen maken? Uit het onderzoek blijkt men de **telefonische bereikbaarheid** van Bureau Wbtv niet goed te vinden. Vinden jullie de bereikbaarheid van 09.00u tot 13.00u te weinig? Vanwege de grote werkvoorraad is de bereikbaarheid een tijd minder goed geweest, hebben jullie mogelijk dit beeld nog voor ogen?
- De website wordt door meer dan veertig procent van de personen hoog beoordeeld als informatiebron. Als jullie deze website zien, wat kan er volgens jullie nog wel beter? In het onderzoek kwam namelijk naar voren dat men de website onoverzichtelijk vindt, de lay-out verouderd en dat de zoekfunctie niet optimaal functioneert. Bijna dertig van de opmerkingen betreffen dit onderwerp. Er staat vaak onvolledig en tegenstrijdig informatie op de website en de respondenten vragen om een eigen pagina, waar ze hun gegevens kunnen zien. **Website laten zien via het scherm. Leesbaarheid, zoekfunctie, vindbaarheid, welke informatie mist u?**

2. Benadering door Bureau Wbtv (20 minuten)

Stelling: Bureau Wbtv benadert tolken en vertalers formeel en afstandelijk.

Deelonderwerpen:

- Uit het onderzoek blijkt dat 15 procent van de mensen het vervelend vinden dat Bureau Wbtv zo **formeel communiceert** in brieven, de e-nieuwsbrief, e-mails en de website. Veel respondenten willen graag een **persoonlijke benadering**. Hoe kijken jullie daar tegenover? Stoort de manier waarom Bureau Wbtv de informatie verstrekt jullie? Hoe zien jullie dit voor jullie? Hebben jullie ideeën?
- Sinds drie weken is Bureau Wbtv gestart met '**pro-actief bellen**', door sneller de telefoon bij onduidelijkheden om zo bezwaar te voorkomen. Wat vinden jullie van deze methode? Of prefereren jullie digitaal contact?
- Van een aantal communicatiemiddelen van Bureau Wbtv bleken veel tolken en vertalers niet meer goed te weten of zij het **taalgebruik** duidelijk vonden. Zoals de folders van Bureau Wbtv, hoe vinden jullie het om deze folders nogmaals te verspreiden? Ongeveer 200 van jullie collega's vinden de formele besluiten onduidelijk tot zeer onduidelijk. Hoe denken jullie daarover? Hebben jullie een idee hoe we dit alsnog begrijpelijk kunnen maken?

3. Professionaliteit van tolken en vertalers (25 minuten)

Stelling: De Wbtv draagt bij aan de professionaliteit van tolken en vertalers en het bureau Wbtv realiseert dat.

Deelonderwerpen:

- **Rol van de commissie** Btv blijkt zeer onduidelijk te zijn bij tolken en vertalers. Waar ligt dit aan, waar willen jullie meer over weten?
- **PE punten** zien tolken en vertalers vaak als onduidelijk en er is veel behoefte naar meer informatie. Waar ligt volgens jullie het probleem? Hoe kan Bureau Wbtv beter communiceren over de puntenregeling, de beoordeling, de criteria? Hebben jullie behoefte aan meer inzicht in het aantal behaalde PE punten? Over dit onderwerp kunnen wij langer door discussiëren, omdat uit de enquête blijkt dat het een belangrijk punt is voor tolken en vertalers. (bijna 50% vindt de informatie over PE-criteria onduidelijk)
- **Verlenging**, de onderzoeksresultaten wijzen uit dat men de informatie niet heel onduidelijk te vinden. Uit e-mails en telefonische gesprekken blijkt het toch onduidelijk te zijn en respondenten wilden wel meer informatie. Hoe ervaren jullie de informatie over verlenging in het Rbtv of de Uitwijklijst? Duidelijk, helder, gemakkelijk taalgebruik?

Korte samenvatting van de bijeenkomst: (5 minuten)

.....

Afsluiting (5 minuten)

We zijn aan het einde gekomen van het gesprek. Heeft er iemand nog vragen of iets wat zij nog graag willen zeggen? Ik hoop dat jullie het leuk vonden om mee te doen. Bedankt voor het komen en jullie deelname aan het gesprek. Bij deze nog een kleinigheidje, als dank voor uw medewerking (overhandiging van het geschenk, de wereldbol).

Het is mogelijk om in juni 2012 de resultaten te ontvangen. Bent u geïnteresseerd? Noteert u dan uw naam en e-mail adres en uw ontvangt de resultaten van het onderzoek.

2.8 Focusgroepsbijeenkomst samenvatting

Voor het kwalitatieve onderzoek hebben er twee focusgroepsbijeenkomsten plaatsgevonden, met in totaal twaalf tolken en vertalers. Door de diversiteit aan personen leverde beide bijeenkomsten andere resultaten op.

De communicatiemiddelen van Bureau Wbtv zijn goed, maar de invulling op het gebied van taalgebruik, gebruiksvriendelijkheid en bereikbaarheid kan beter. Het taalgebruik op de website, de nieuwsbrief, e-mails, brieven en besluiten vinden de tolken en vertalers te formeel en soms ook te juridisch.

Telefonische bereikbaarheid

De deelnemers geven aan dat zij de telefonische bereikbaarheid van Bureau Wbtv onvoldoende vinden. Ze hebben ervaring met lange wachttijden en het antwoordapparaat dat leidt tot onduidelijkheid omdat ze het antwoord op de vraag niet krijgen.

De pro-actieve werkwijze van Bureau Wbtv, ten opzichte van het bellen/nabellen wordt erg gewaardeerd. De persoonlijkere aanpak leidt tot minder frustratie en eventueel bezwaar.

E-mail

Het beantwoorden van e-mail kan sneller. Is nu niet altijd binnen 48 uur en dat staat wel in de automatische ontvangstbevestiging. De automatische ontvangstbevestiging wordt niet door iedereen gewaardeerd, men heeft liever een persoonlijke mail omdat de ervaring is dat er vaak geen 'echt antwoord' komt. Men prefereert echter wel het digitale contact, boven het telefonische contact.

Nieuwsbrief

Meer positieve onderwerpen in de nieuwsbrief vermelden, zoals 'de adviescommissie Talen bezig is met het verbeteren van de taallijst'. Daarnaast korte feiten en weetjes, die voor tolken en vertalers interessant zijn. Ter illustratie: tot op heden X tolken en X vertalers ingeschreven in het register en X tolken en vertalers op de Uitwijklijst.

Verwachtingen van Bureau Wbtv

Men weet niet wat de rol van het bureau is, men ziet het meer als kenniscentrum dan als enkel uitvoerende organisatie van het register.

Men wil dat het bureau meer als bemiddelingsbureau fungeert tussen tolken/vertalers en afnemers, opleidingsinstituten, rechtbanken, toetsinstanties, etc. De tolken en vertalers wensen dat Bureau Wbtv alle problemen oplost. De tolken en vertalers willen meer informatie en ook advies over welke 'taaltoetsen' zij moeten afleggen, hoe men ervaring kan aantonen en wat het bureau precies onder 'B2-schrijfniveau' verstaat. Deze informatie staat verspreidt over de website in lange alinea's, de deelnemers geven aan dat het teveel tijd kost om de juiste informatie te zoeken.

Men heeft niet het gevoel dat Bureau Wbtv met de tolk/vertaler meedenkt, zij veronderstelden dat het Bureau oorspronkelijk is opgericht om de 'tolk en vertaler' te helpen als kenniscentrum. Ze willen een persoonlijke aanpak en advies. Men ziet Bureau Wbtv op dit moment als star, klantvriendelijk, formeel en afstandelijk.

Permanente educatie

Een besluit voor permanente educatie duurt volgens de deelnemers veel te lang. Het komt voor dat personen na acht weken van de aanvraag, een brief krijgen van Bureau Wbtv met de vraag om aanvullende informatie. Er is weinig begrip voor de langdurige wachttijden op een besluit omdat dit invloed heeft op het aantal werkopdrachten dat zij in die tijd kunnen verrichten.

Daarnaast wil men een overzicht van de hoeveelheid punten en zij stellen voor om een 'persoonlijke pagina' op de website in te richten waar zij dat zelf kunnen bekijken.

Website

Het overzicht van de website wordt als problematisch ervaren. Er staan onoverzichtelijke schema's op, waar je als tolk en vertalers lang moet zoeken voordat je het doel bereikt. Zij stellen voor om een zoekvenster of uitklapscherm in de website te bouwen, zodat het gebruiksvriendelijker wordt. Daarnaast adviseren zij Bureau Wbtv om de lijsten per categorie in te delen in plaats van 'alfabetische volgorde'.

Men wil graag een interactieve website met daarop een 'mijn site' deel. Op die manier kunnen de individuen zelf gegevens wijzigen en inzien zoals punten voor permanente educatie en de status van aanvragen.

De deelnemers geven aan dat er een overload aan cursusaanbieders ontstaat, waarvan een groot deel niet kwalitatief.

Verzoeken en criteria

Tolken en vertalers geven aan dat zij het prettig vinden als Bureau Wbtv werkt met stroomschema's, om aan te geven wat de te ondernemen stappen zijn. Nu te veel tekst onder elkaar geplakt waardoor het niet meer leesbaar is.

Ter illustratie:

Als ik geen tolk-/vertaaldiploma heb à dan zijn dit mijn inschrijfmogelijkheden. Als ik een buitenlands diploma heb à moet ik een diplomawaardering van Nuffic meezenden, etc.

De inschrijfcriteria en criteria voor toekennen PE-punten zijn niet duidelijk, hoewel deze uitgebreid staan beschreven op de website. Er is te veel tekst en het kost de tolken en vertalers te veel moeite om alles te lezen. Heeft men geen zin in en geen tijd om deze stukken door te nemen. Men stelt voor om de toelichting, die nu met een sterretje staat aangegeven, in de tekst integreert als hyperlink. Hierdoor is er minder tekst en bied het overzicht voor de lezer.

De deelnemers vragen om meer informatie over de verlenging van de inschrijving in het register (o.a. de werk-eis), de rol van de Commissie btw en invoering van specialisaties.

Onderscheid

Op de vraag of de deelnemers liever onderscheid zien tussen tolken en vertalers en de informatie daartoe, antwoordt de eerste focusgroep dat het voor bepaalde personen praktisch zou zijn, maar dat een groot deel zowel tolk als vertaler is. Dit deel krijgt dan dubbel zoveel informatie en dan wordt het mogelijk als teveel beschouwt.

Professionalisering

Men is over het algemeen tevreden over de invoering van de wet en het register. Het is een goede stap richting de professionalisering van de beroepsgroep. Men weet dat de invoering van de wet noodzakelijk was, omdat er veel tolken en vertalers waren die slechte kwaliteit leverden. Het beroep heeft meer status gekregen door de Wbtv en het register. Ook het feit dat men verplicht bijscholing moet volgen wordt positief ervaren.

De administratieve rompslomp bij het indienen van een PE-verzoek ervaart men wel als een last. Vooral de minimale begeleiding bij het vinden van de formulieren, puntentoekenning, criteria voor een aantal opleidingen en de afwijzing voor een inschrijving. Eén persoon in de focusgroep geeft aan dat zij het oneens is met de bijscholingsregeling omdat zij naar haar zeggen "jarenlange ervaring" heeft. De deelnemer geeft aan dat het teveel kost. De andere leden stemden hier niet mee in en zien wel degelijk het voordeel van permanente educatie.

Termgebruik

De term 'Uitwijklijst' vonden een aantal deelnemers een denigrerende ondertoon hebben en stellen voor een andere term te gebruiken voor de personen op deze lijst.

Taallijst

De taallijst blijkt niet correct te zijn, er staan onbestaande talen op zoals Servokroatisch en Servokroatisch (Bosnisch). De tolk of vertaler die die aandroeg stelde voor om diverse ambassades te bellen om te vragen welke talen/dialecten er in dat land zijn. Daarbij is het belangrijk om onderscheid te maken in schrijf- en spreektaal.

Veel tolken/vertalers zijn gefrustreerd over de taallijst. Door het ontbreken van bepaalde talen zoals 'Montenegrijns'. Er blijkt veel behoefte te zijn aan deze taal.

2.9 Discours analyse

Mail 1. : 1-12-11

L.S.,

- 1) Het is alweer een half jaar geleden dat ik ben afgewezen in hoger beroep door de
- 2) Commissie btw en de Commissie voor bezwaar. (Raad v. Rechtsbijstand). (9 augustus
- 3) De reden voor mijn afwijzing betrof het in twijfel trekken van mijn tolkvaardigheid en
- 4) tolkattitude (mijn taalvaardigheid Frans stond echter niet ter discussie).

- 5) Samenvatting van feiten die ik in mijn bezwaarschrift naar voren heb gebracht:
- 6) Opleiding RUL: Franse taal- en letterkunde met minors: o.a.: juridisch Frans, inleiding
- 7) Nederlands recht en Spaans.
- 8) -Eerste graad lerarenopleiding Frans aan de V.U. en aan de Polytechnic in Manchester.
- 9) -Werkervaring als docent in het middelbaar onderwijs, het universitair onderwijs en de Alliance Française
- 10) -april 2010: aanname als tolk bij Defensie na het veiligheidsonderzoek en na
- 11) succesvol de tolkentoets afgelegd te hebben,
- 12) bij twee professionele tolken (geregistreerd bij het bureau btw en bekend bij het
- 13) ITV) in dienst van Elyciotalen.
- 14) -16 jaar werkervaring als tolk voor Justitie (voornamelijk Hof van Justitie Arnhem)
- 15) -positieve referenties van de rechtbank Arnhem en de Universiteit van Wageningen.
- 16) - Franstalige vriendenkring

- 17) Deze feiten hebben de Commissie btw helaas niet kunnen overtuigen. Ik heb
- 18) kennis genomen van hun argumentatie. Ik voelde me in de tijd dat mijn hoger
- 19) beroep liep een Don Quichotte en vond dat de Commissie behoorlijk risicomijdend
- 20) opereerde. (daar mogen ze bij Reclassering trouwens wel een voorbeeld aan nemen!)
- 21) Mijn vraag: Als ik de module **"algemene tolktechnieken"** ga volgen en
- 22) succesvol zal afsluiten bij het ITV" (**15 sessies van 4 uur** op zaterdag in Utrecht,
- 23) **kosten: € 1500,00**) , gaat mij dit dan alsnog toegang geven tot de
- 24) gecertificeerde status van beëdigd tolk?

- 25) Momenteel ben ik bezig met een **vertaal**cursus medisch Frans en met een cursus
- 26) Swahili. De eerste cursus is behalve leuk voor mezelf (vakterrein uitbreiden)
- 27) tevens nuttig voor het behouden van mijn beëdigde status als vertaler Frans.
- 28) (studiepunten) Ook ben ik voornemens om de vertaalspecialisatie technisch Frans
- 29) te gaan volgen. Op literair, juridisch, militair en landbouwkundig terrein ben ik al
- 30) aardig thuis qua jargon en behoef ik (voorlopig) geen scholing.

- 31) U ziet ik wil best wel investeren.

- 32) Met vriendelijke groet,

- (anoniem)

Mail 1: analyse

In regel één begint zij met: “Het is alweer een half jaar geleden dat ik ben afgewezen in hoger beroep door de Commissie btw en de Commissie voor bezwaar.” waar ze haar ontevredenheid bij de ontvanger kenbaar maakt. “De reden voor mijn afwijzing betrof het in twijfel trekken van mijn tolkvaardigheid en tolkattitude (mijn taalvaardigheid Frans stond echter niet ter discussie).”

Na dit begin, waar zij haar eerste standpunten uit, komt ze met een lijst met haar ervaringen en brengt deze als feiten. Ze stelt hier een reeks van bewijzen, waaruit moet blijken dat ze beschikt over de benodigde eisen. Wat ook meteen als argumenten gelden, want die zetten kracht bij haar stelling.

Op regel 17 “Deze feiten” net na de opsomming, laten zien dat ze het niet alleen ter informatie neerzet, maar er ook (al dan niet bewust) een bepaald effect mee oproept. Door het zo te formuleren geeft ze aan dat de Commissie Btv en bezwaar een verkeerde beslissing nam, door haar niet te beëdiggen.

Ik analyseer hieronder een ander gedeelte uit het fragment.

- 18) “Ik voelde me in de tijd dat mijn hoger beroep liep een Don Quichotte en vond dat
19) de Commissie behoorlijk risicomijdend opereerde.(daar mogen ze bij Reclassering
20) trouwens wel een voorbeeld aan nemen!)”

In het bovenstaande fragment spreekt de tolk de Commissie direct aan op haar verantwoordelijkheid haar niet aan te nemen. Tegelijkertijd formuleert ze in algemene termen. Zo is het onduidelijk over welk onderwerp de Commissie “risicomijdend” opereerde. Hoe deden ze dat precies? Zo roepen de constructies van deze tolk ook vragen op bij de ontvanger. En deze zijn met een e-mail moeilijk te beantwoorden. Naast de Commissie gaat de tolk met een sarcastische toon ook in op de reclassering. Bedoelt ze daar mee dat de reclassering niet goed werk verricht, of is de Commissie zo vreselijk voorzichtig?

Na de argumenten waarin de tolk de Commissie btw onkundig verklaard en daarmee ook Bureau Wbtv komt de tolk met de reden van de mail.

In regel 21, “Mijn vraag: Als ik de module **“algemene tolktechnieken”** ga volgen en succesvol zal afsluiten bij het ITV” (**15 sessies van 4 uur** op zaterdag in Utrecht, **kosten: € 1500,00**), gaat mij dit dan alsnog toegang geven tot de gecertificeerde status van beëdigd tolk?” Het bijzondere aan de aanloop, waarmee de tolk eindigt in een vraag (waarbij ze Bureau Wbtv nodig heeft) is de toon. De schijfster spreekt hier rechtstreeks de Commissie aan. De wijze waarop zij dit doet, via “Als...tolk?” deze constructie geeft een dwingend karakter aan haar schrijfstijl. “Ofwel, als ik voldoe aan de randvoorwaarden doen jullie dat dan ook?” Het is een vijandige toon, wat al snel een negatief gevoel oproept. Dat de tolk bepaalde delen van de zin vetgedrukt mailt geeft ook twee boodschappen met zich mee. Het geeft aan ‘let op!’ maar met de prijs **“kosten: € 1500,00”** laat ze zien wat de tolk over heeft om beëdigd te worden.

In regel 31 zet de tolk een laatste uitsmijter in: “U ziet ik wil best wel investeren.” Dit is een constructie die mogelijk twee dingen teweeg kan brengen. Het laat enerzijds zien dat de tolk wel ambities heeft, vooral als je de vorige alinea net hebt gelezen. Anderzijds geeft het ook een laatste steek richting van Bureau Wbtv.

Conclusie

Deze tolk wil een aantal boodschappen met elkaar combineren. De intentie van deze mail moet antwoord geven op: “Mijn vraag: Als ik de module **“algemene tolktechnieken”** ga volgen en succesvol zal afsluiten bij het ITV” (**15 sessies van 4 uur** op zaterdag in Utrecht, **kosten: € 1500,00**) , gaat mij dit dan alsnog toegang geven tot de gecertificeerde status van beëdigd tolk?”

Uit bovenstaande analyse blijkt dat het niet alleen bij deze vraag blijft. De tolk grijpt haar kans om haar beklag te doen over de werkwijzen en beoordelingen van de Commissie btw voor bezwaar.

Het inleidende stuk begon nog subtiel, tussen de regels door. Hoe verder je leest, hoe meer de irritatie van de tolk naar voren komt. De tolk formuleert steeds feller en maakt duidelijk dat zij niet tevreden is over de wijze waarop de zaak beoordeeld is. De gewenste reactie die de tolk bij Bureau Wbtv wil ontvangen is een excuses en waardering voor haar tolkprestaties. Dit effect blijft echt uit, door de negatieve ondertoon.

Mail 2. 3-12-11

- 1) Geachte heer/mevrouw,
- 2) Sinds juli 2010 ben ik 80-100% arbeidsongeschikt. In verband met deze
- 3) langdurige ziekte (mijn situatie is bekend bij de heer Joris Link van uw bureau)
- 4) verzoek ik u vriendelijk om mij uitstel te geven voor de 80 PE-punten die ik vóór 1
- 5) januari 2014 behaald moet hebben om in uw register ingeschreven te blijven.
- 6) Helaas ben ik op dit moment fysiek niet in staat om een intensieve cursus te
- 7) volgen. Tevens wil ik u verzoeken om bij mijn profiel te noteren dat ik niet
- 8) beschikbaar ben voor afnameplichten. Als bewijs van mijn arbeidsongeschiktheid
- 9) stuur ik in de bijlage een persoonlijke/vertrouwelijke brief mee van mijn AOV.
- 10) Bij voorbaat hartelijk dank voor uw begrip en medewerking.
- 11) Met vriendelijke groet,
- 12) Anoniem
- 13) Wetenschapsjournalist, beëdigd vertaler Frans en Engels
- 14) Lid VWN, NGTV en VZV

Mail 2. Analyse

Deze vertaler toont een aantal pathos argumenten. Zo begint de journalist (regel 2-5) met een inleidend verhaal. “In verband met deze langdurige ziekte (mijn situatie is bekend bij de heer Joris Link van uw bureau) verzoek ik u vriendelijk om mij uitstel te geven voor de 80 PE-punten die ik vóór 1 januari 2014 behaald moet hebben om in uw register ingeschreven te blijven.”

Dan vervolgt zij haar vraag met “Helaas ben ik op dit moment fysiek niet in staat om een intensieve cursus te volgen.” Mogelijk moet deze formulering sympathie opwekken, zodat de lezer sneller de wensen inwilligt.

Met deze zin “Als bewijs van mijn arbeidsongeschiktheid stuur ik in de bijlage een persoonlijke/vertrouwelijke brief mee van mijn AOV.” In regel acht en negen suggereert ze dat Bureau Wbtv de e-mail alleen gelooft door bewijs te leveren.

“Bij voorbaat hartelijk dank voor uw begrip en medewerking.” De formulering van deze schrijfster is erg stellend geformuleerd. Door het zo te schrijven veronderstelt ze al op voorhand begrip en medewerking van het bureau.

Conclusie

Getuige de analyse wil tolk emoties oproepen bij de lezer. Doordat de journalist op een beleefde manier duidelijk maakt wat zij graag wil, namelijk: uitstel te geven voor de 80 PE-punten en niet beschikbaar voor afnameplicht. Dit kan bij de lezer het gevoel opwekken dat deze een gunst moet verlenen.

Mail 4. 7-12-11

- 1 Geachte heer, mevrouw,
- 2 Kunt u mij vertellen aan welke eisen een tolk moet voldoen om bij de notaris te
3 kunnen/mogen tolken bij bijvoorbeeld de overdracht van een huis, een testament
4 of het aangaan van huwelijkse voorwaarden, en ook mee te mogen tekenen?
5 Even voor de goede orde: ik voldoe aan die eisen (sta ingeschreven bij Bureau
6 BTV), maar wat zouden mijn mogelijke vervangers minimaal in huis moeten
7 hebben om mij te mogen vervangen?
- 8 Ik hoor graag van u.
- 9 Met vriendelijke groet,
- 10 Anoniem

Mail 4 analyse

Met de tweede regel valt de schrijver meteen met de deur in huis. “Kunt u mij vertellen aan welke eisen een tolk moet voldoen om bij de notaris te kunnen/mogen tolken bij bijvoorbeeld de overdracht van een huis, een testament of het aangaan van huwelijkse voorwaarden, en ook mee te mogen tekenen? Het is de kern van zijn/haar e-mail. Door met die zin te beginnen kan het een gehaast gevoel oproepen bij de lezer. “Kunt u” is een echter een vriendelijke manier van spreken, het heeft geen dwingende invloed.

“Even voor de goede orde” op regel vijf is een manier om zichzelf in te dekken en de lezer op het juiste pad te houden. Zodat de lezer niet denkt dat de niet staat ingeschreven en niet aan deze eisen voldoet.

“Ik hoor graag van u” is een beleefde afsluiting. Het roept geen gehaaste gevoelens bij de lezer meer op, de schrijver geeft nu de lezer de kans om te reageren wanneer deze in staat is.

Conclusie

Met deze mail wil de schrijver iets bereiken en doet dit door alles netjes te vragen en het stokje over te dragen aan Bureau Wbtv.

Mail 5. 01-12-11

- 1) Geachte mevrouw/meneer
- 2) n.a.v. Uw brief d.d. 4.10 2011 meld ik het volgende:
- 3) Dit is onzin. Dit is pure bureaucratie. Dit is Kafka. Hiertegen teken ik bezwaar aan.
- 4) Het aanvraagformulier dat u mij (middels onderstaande link) toestuurde heb ik
- 5) niet ingevuld en ook niet ondertekend omdat ik in de veronderstelling verkeerde
- 6) dat het feit dat mijn collega mevrouw van Oijen al PE punten voor dit symposium
- 7) toegekend had gekregen (indertijd bijgevoegd bij mijn mail, en hierbij weer),
- 8) automatisch wilde zeggen dat een andere vertaler die punten ook toegewezen
- 9) krijgt op het moment dat hij/zij aantoonst dat hij/zij aanwezig is geweest op
- 10) datzelfde symposium. Bovendien staat genoemd symposium ("Internet en Recht"
- 11) georganiseerd door XS4ALL) al in jullie lijst met erkende workshops, en wel onder
- 12) nummer 2010 0235. Dan is het toch absurd, onnodig tijd- en geldrovend en
- 13) bovendien zeer milieu- en klantvriendelijk dat elke deelnemer apart een extra
- 14) formulier moet gaan invullen om PE-punten toegewezen te krijgen? Het aantonen
- 15) - middels het toesturen van een deelnamecertificaat (wat ik allang gedaan heb) –
- 16) van de eigen aanwezigheid zou toch meer dan voldoende moeten zijn?
- 17) Nu ik begrijp dat de procedure anders is, kan ik niet anders dan concluderen dat
- 18) dit totaal absurd is. Misschien hebben de medewerkers van bureau WBTV tijd over
- 19) voor allerhande overbodige bureaucratische rompslomp, maar ik heb dat als
- 20) zelfstandige zeker niet.
- 21) Het is nl. zo dat jullie een zodanige hoeveelheid bureaucratische rompslomp
- 22) genereren met al jullie eisen en papiertjes en gedoetjes en nummertjes en weer
- 23) papiertjes en afwijzingen en toewijzingen dat ik alleen al daarom een secretaresse
- 24) in dienst zou moeten nemen. Dat kan een zzp-er zich niet permitteren en een
- 25) vertaler die werkt voor het justitiële domein al helemaal niet - gezien de tariefjes
- 26) en nog minder wanneer jullie weigeren hem/haar in te schrijven in jullie fameuze
- 27) register terwijl de desbetreffende persoon de facto wel aan alle eisen voldoet.
- 28) Gevolg: ik kan al jullie briefjes en onzinnigheden niet allemaal uitspellen, want
- 29) heb daar geen tijd voor.
- 30) Als ik iets achterwege heb gelaten, dan is het trouwens in het normale zakelijke
- 31) verkeer gebruikelijk dat je daar als jezelf respecterende instantie de
- 32) desbetreffende persoon vriendelijk op wijst en deze persoon alsnog de kans geeft
- 33) om de (on)nodige paperassen alsnog in te vullen en toe te sturen, desnoods
- 34) herhaalt men een dergelijk verzoek. Nu jullie dat niet gedaan hebben, stel ik u bij
- 35) deze in gebreke. U heeft geen enkel recht om mijn aanvraag niet in behandeling
- 36) te nemen. En nu jullie mij ook nog eens opnieuw opzadelen met extra werk (het
- 37) schrijven van deze brief, plus het alsnog en weer bij elkaar sprokkelen en invullen
- 38) van allerhande paperassen die jullie allang in veelvoud ontvangen hebben), vind
- 39) ik het meer dan terecht dat jullie mij betalen voor de tijd die ik verdoe.
- 40) Reden waarom ik u verzoek om binnen 3 weken zorg te dragen voor bijschrijving
- 41) van 50 Euro op mijn rekening 158750381 ter dekking van (een deel van) de
- 42) administratieve kosten waar u mij toe noopt, naast uiteraard het toekennen en
- 43) correct administreren van de gevraagde PE-punten. Indien u meent een factuur
- 44) nodig te hebben alvorens over te kunnen gaan tot vergoeding van bovenstaand
- 45) bedrag, dan kan ik die uiteraard vervaardigen. Daaraan zullen geen extra kosten
- 46) verbonden zijn.
- 47) Tevens doe ik u hierbij het bewijs van deelname toekomen voor de conferentie
- 48) "The role of legal translation in Legal Harmonisation" (bij u erkend onder nummer
- 49) 2010-0236), waarvan u mij liet weten dit nog niet ontvangen te hebben. OOK
- 50) daarvoor verwacht ik uiteraard PE-punten toegekend te krijgen. Ik ga ervan uit
- 51) dat het bewijs van deelname voor het symposium "Internet en Recht" wel al in

- 52) jullie bezit is.
- 53) Vertrouwend op een snelle toewijzing van PE-punten voor beide symposia en op
- 54) een correcte administratieve en financiële afhandeling uwerzijds,
- 55) Met de hoogste bureaucratische achting,
- 56) Anoniem

Mail 5. analyse

Als reactie op de niet-toekenning van PE punten stuurt een tolk/vertaler een e-mail. In regel drie staat: "Dit is onzin. Dit is pure bureaucratie. Dit is Kafka. Hiertegen teken ik bezwaar aan." Daarmee probeert de schrijver, Bureau Wbtv uit de tent te lokken. Het wekt meteen de indruk dat de schrijver heel ontevreden is.

In de e-mail maakt de schrijver gebruik van three part lists. Three part lists suggereren het complete beeld, ofwel, ik spreek hier de waarheid. Zo zit het eenvoudigweg in elkaar (volgens de schrijver).

In deze twee fragmenten gebruikt ze weer three part lists:

- 12) nummer 2010 0235. Dan is het toch absurd, onnodig tijd- en geldrovend en
- 13) bovendien zeer milieu- en klantenvriendelijk dat elke deelnemer apart een extra
- 14) formulier moet gaan invullen om PE-punten toegewezen te krijgen?
- 21) Het is namelijk zo dat jullie een zodanige hoeveelheid bureaucratische rompslomp
- 22) genereren met al jullie eisen en papiertjes en gedoetjes en nummertjes en weer
- 23) papiertjes en afwijzingen en toewijzingen dat ik alleen al daarom een secretaresse
- 24) in dienst zou moeten nemen.

In onderstaande zinnen herhaalt ze haar argumenten. Dit heeft ze al eerder laten blijken met de woorden "jullie zijn volslagen gek"

- 17) Nu ik begrijp dat de procedure anders is, kan ik niet anders dan concluderen dat
- 18) dit totaal absurd is.

Dan legt de schrijver de schuld bij Bureau Wbtv. We bekijken de regels nog eens nader:

- 4) Het aanvraagformulier dat u mij (middels onderstaande link) toestuurd heb ik
- 5) niet ingevuld en ook niet ondertekend omdat ik in de veronderstelling verkeerde
- 6) dat het feit dat mijn collega mevrouw van Oijen al PE punten voor dit symposium
- 7) toegekend had gekregen (indertijd bijgevoegd bij mijn mail, en hierbij weer),
- 8) automatisch wilde zeggen dat een andere vertaler die punten ook toegewezen
- 9) krijgt op het moment dat hij/zij aantoon dat hij/zij aanwezig is geweest op
- 10) datzelfde symposium.

Door een collega in haar argumenten te betrekken neemt zij zelf geen verantwoordelijkheid (accountability) voor haar uitspraken. De schrijver noemt Bureau Wbtv onrechtvaardig, omdat de schrijver niet dezelfde behandeling krijgt als mevrouw Van Oijen.

Hierbij zoomen we nog eens in op een andere opmerkelijke alinea:

- '10) "datzelfde symposium. Bovendien staat genoemd symposium ("Internet en Recht"
- 11) georganiseerd door XS4ALL) al in jullie lijst met erkende workshops, en wel onder
- 12) nummer 2010 0235. Dan is het toch absurd, onnodig tijd- en geldrovend en
- 13) bovendien zeer milieu- en klantenvriendelijk dat elke deelnemer apart een extra
- 14) formulier moet gaan invullen om PE-punten toegewezen te krijgen? Het aantonen
- 15) - middels het toesturen van een deelnamecertificaat (wat ik allang gedaan heb) –
- 16) van de eigen aanwezigheid zou toch meer dan voldoende moeten zijn?"

In bovenstaande alinea komen er nieuwe argumenten aan bod “absurd, onnodig tijd- en geldrovend en bovendien zeer milieu- en klantvriendelijk” Dat gaat vooral om het invullen van het extra formulier. Het is beleid van Bureau Wbtv dat iedereen een formulier invult als je PE punten wilt ontvangen. Als een tolk/vertaler dit niet doet, krijgt deze geen punten toebedeeld. Het zijn argumenten die bij Bureau Wbtv dan ook niet snel leiden tot dissonantie (onprettige spanning tussen hetgeen wat je zelf vindt en wat je voor kennis binnenkrijgt), omdat deze noodzakelijk zijn.

Om de onkunde van Bureau Wbtv nog eens te benadrukken noemt de schrijfster “middels het toesturen van een deelnamecertificaat (wat ik allang gedaan heb) – van de eigen aanwezigheid zou toch meer dan voldoende moeten zijn?” Ook regel 17 tot en met 20 wekt de indruk dat Bureau Wbtv totaal onbekwaam is. “Nu ik begrijp dat de procedure anders is, kan ik niet anders dan concluderen dat dit totaal absurd is. Misschien hebben de medewerkers van bureau WBTv tijd over voor allerlei overbodige bureaucratische rompslomp, maar ik heb dat als zelfstandige zeker niet.”

In de volgende alinea schemert onmacht door de tekst. De tolk/vertaler blijft de onkundigheid aangeven, maar speelt nu lichtelijk in op de emotie van Bureau Wbtv doordat de taken onmogelijk zijn voor hem/haar alleen.

- 21) Het is nl. zo dat jullie een zodanige hoeveelheid bureaucratische rompslomp
- 22) genereren met al jullie eisen en papiertjes en gedoetjes en nummertjes en weer
- 23) papiertjes en afwijzingen en toewijzingen dat ik alleen al daarom een secretaresse
- 24) in dienst zou moeten nemen. Dat kan een zzp-er zich niet permitteren en een
- 25) vertaler die werkt voor het justitiële domein al helemaal niet - gezien de tariefjes
- 26) en nog minder wanneer jullie weigeren hem/haar in te schrijven in jullie fameuze
- 27) register terwijl de desbetreffende persoon de facto wel aan alle eisen voldoet.
- 28) Gevolg: ik kan al jullie briefjes en onzinnigheden niet allemaal uitspellen, want
- 29) heb daar geen tijd voor.

De tolken en vertalers proberen een schuldgevoel op te roepen bij Bureau Wbtv, door alles flink aan te dikken, ze gebruiken hyperbolen in hun taalgebruik.

De verantwoordelijkheid voor het invullen van papieren ligt oorspronkelijk bij de tolk/vertaler. In de volgende alinea geeft hij/zij de schuld en verantwoordelijkheid aan Bureau Wbtv:

- 30) Als ik iets achterwege heb gelaten, dan is het trouwens in het normale zakelijke
- 31) verkeer gebruikelijk dat je daar als jezelf respecterende instantie de
- 32) desbetreffende persoon vriendelijk op wijst en deze persoon alsnog de kans geeft
- 33) om de (on)nodige paperassen alsnog in te vullen en toe te sturen, desnoods
- 34) herhaalt men een dergelijk verzoek. Nu jullie dat niet gedaan hebben, stel ik u bij
- 35) deze in gebreke.

De verantwoordelijkheid en schuld ligt bij Bureau Wbtv volgens de schrijver. Toch geeft deze aan dat Bureau Wbtv geen rechten heeft. “U heeft geen enkel recht om mijn aanvraag niet in behandeling te nemen.”

- 36) te nemen. En nu jullie mij ook nog eens opnieuw opzadelen met extra werk (het
- 37) schrijven van deze brief, plus het alsnog en weer bij elkaar sprokkelen en invullen
- 38) van allerlei paperassen die jullie allang in veelvoud ontvangen hebben), vind
- 39) ik het meer dan terecht dat jullie mij betalen voor de tijd die ik verdoe.

Met deze alinea geeft de schrijver, de lezer het gevoel ‘waardeloos’ te zijn. Door woorden te gebruiken als “verdoe”, geeft dat een vervelend gevoel aan de lezer. De alinea die

daarna volgt heeft een heel andere toon, dan gaat hij/zij plots op een hele nette (maar wel dringende) manier schrijven.

40) Reden waarom ik u verzoek om binnen 3 weken zorg te dragen voor bijschrijving
41) van 50 Euro op mijn rekening 158750381 ter dekking van (een deel van) de
42) administratieve kosten waar u mij toe noopt, naast uiteraard het toekennen en
43) correct administreren van de gevraagde PE-punten. Indien u meent een factuur
44) nodig te hebben alvorens over te kunnen gaan tot vergoeding van bovenstaand
45) bedrag, dan kan ik die uiteraard vervaardigen. Daaraan zullen geen extra kosten
46) verbonden zijn.

47) Tevens doe ik u hierbij het bewijs van deelname toekomen voor de conferentie
48) "The role of legal translation in Legal Harmonisation" (bij u erkend onder nummer
49) 2010-0236), waarvan u mij liet weten dit nog niet ontvangen te hebben.

Hier spreekt zij haar eerdere alinea tegen, bij regel 30 tot en met 34 noemt zij dat Bureau Wbtv geen bericht stuurde over vergeten paperassen.

Als laatste gaat de schrijver uit van een aantal zaken, wat de lezer van stuk kan brengen. Want na deze lijst aan argumenten, waarom Bureau Wbtv onvoldoende functioneert, geeft de schrijver nog een compliment (al dan niet sarcastisch).

50) "daarvoor verwacht ik uiteraard PE-punten toegekend te krijgen. Ik ga ervan uit
51) dat het bewijs van deelname voor het symposium "Internet en Recht" wel al in
52) jullie bezit is.
53) Vertrouwend op een snelle toewijzing van PE-punten voor beide symposia en op
54) een correcte administratieve en financiële afhandeling uwerzijds,"

Dan als knallende afsluiting: "Met de hoogste bureaucratische achting,". Dat is een samenvatting van de e-mail en is bedoelt om de lezer nog eens extra te wijzen op wat er mis is. Het zal dan ook duidelijk zijn voor de lezer wat de schrijver bedoelt en het geeft een nare nasmaak.

Conclusie

Deze tolk/vertaler neemt geen blad voor de mond. Via dwingende en agressieve formuleringen probeert hij/zij zijn eisen in te willigen.

Bijlage 3: Communicatieplan

3.1 Budget

In dit onderdeel staat beschreven, hoeveel kosten er aan de communicatieacties zijn verbonden. Bepaalde communicatie-uitingen kosten geen extra budget vanwege de uitvoering door medewerkers van Bureau Wbtv. Dit is van toepassing op de 'e-nieuwsbrief' en is daarom niet meegenomen in de kostenschatting.

De brochure brengt de meeste kosten met zich mee, omdat niet alleen de tekst wordt aangepast maar ook de vormgeving. Het vormgevingsbureau 'Damen Romijn' steekt de brochure in een nieuw jasje. Het overzicht met kosten is gebaseerd op voorgaande facturen van Damen Romijn bij andere brochure-opdrachten.

Communicatiemiddel: brochure	Prijs
Redigeren	€ 400,00 - 600,00
Ontwerp	€ 400,00 - 800,00
Opmaak	€ 800,00
Fotografie	€ 0,00 (uit beeldbank RvR)
Briefing/begeleiding van Damen Romijn	€ 300,00 - 600,00
Drukwerk (hoge oplage) Tweezijdig full color, binnenwerk HVMC silk 150 gram, omslag 170 gram A5 formaat, rillen en gehecht brocheren mits noodzakelijk	P.M.
Totaal	excl. drukwerk en 19% BTW € 1.900,00 - 2.800,00

Het communicatiemiddel 'website' zorgt voornamelijk voor vormgevingskosten. Om het budget vast te stellen zijn de prijzen vergeleken met een voorgaande factuur van Damen Romijn gericht op het 'webportal extranet' (27 augustus 2009).

Communicatiemiddel: Website	Prijs
Ontwerp (logo, lay-out website)	€ 142,50
Opmaak	€ P.M.
Fotografie	€ 0,00 (uit beeldbank RvR)
Ontwerp en briefing/begeleiding	€ 570,00
Totaal	€ 712,50

3.2 Tijdsplan en activiteitenplanning

In de onderstaande planning staat aangeven met welke communicatie-uitingen Bureau Wbtv het beste kan starten en de opvolgende stappen uit het advies.

3.3 draaiboek

Communicatieactie (Op tijd gesorteerd)	Onderdelen van de actie	Methode	Medewerker
E-nieuwsbrief	- Tekst in klare taal schrijven - Leuke weetjes/informatie toevoegen	Groepsbenadering	Monique van Lierop
Helpdesk	Boodschap inspreken	Individuele/groepsbenadering	Han von den Hoff
Website	- Vormgeving aanpassen Teksten in klare taal schrijven - Overzichtelijk maken door tussenkopjes - Zoekfunctie verbeteren	Groepsbenadering	Ruben Jorksveld en Nicolette van der Heide (als werknemer van de Raad vanaf 28-05-12)
Brochure	- Contact opnemen met Damen Romijn - Overleg over 'wat wil Bureau Wbtv en wat is mogelijk?' - Teksten schrijven en aanleveren - ontwerpproeven beoordelen - E-mail versturen over brochure - Brochure versturen naar ingeschreven tolken en vertalers	Individuele benadering	Nicolette van der Heide en Han von den Hoff
Bijeenkomst	- E-nieuwsbrief vermelding - Officiële uitnodiging versturen per e-mail - Locatie selecteren (hangt af van het aantal aanmeldingen) - Onderwerpen selecteren - Eten en drinken	Groeps- en individuele benadering	Monique van Lierop, Han von den Hoff

	• beschikbaar stellen • Bijeenkomst		
--	--	--	--

Verstorende en vertragende factoren

Er kunnen zich vooral verstorende factoren voordoen door technische fouten. De helpdesk is vrij gemakkelijk realiseerbaar, maar als het niet mogelijk is om de tekst korter of langer te maken vanwege technische mankementen dan wordt het toch lastig om de communicatie-actie door te voeren.