

Overtuigen met visuele en verbale retoriek

1. Inleiding

Advertenties zijn persuasieve boodschappen. Dat betekent dat ze beogen mensen iets mee te delen, iets te laten geloven of in een bepaalde stemming te brengen met als uiteindelijk doel ze ertoe te brengen een bepaald gedrag te (gaan) vertonen. Dat gedrag kan van alles zijn: een bepaald merk zaktelefoon of parfum aanschaffen, ophouden met het verbranden van huisvuil in de tuin, een verantwoorde verkiezingsstem uitbrengen, of voortaan veilig vrijen.² Persuasieve boodschappen beïnvloeden dus gedrag en volgens vrijwel alle

gangbare persuasietheorieën betekent dat dat de boodschap een gunstige houding, of *attitude* probeert te vormen in verband met dat gedrag. Wil een adverteerder ons ertoe aanzetten een lot in de postcodeloterij aan te schaffen, dan moet de advertentie een gunstige attitude zien te vormen ten aanzien van het gedrag ‘meedoen aan de postcodeloterij’.

De wijze waarop dat in de praktijk gebeurt, kent een duizelingwekkende hoeveelheid vormen. Neem nu Figuur 1. We zien een advertentie met een winters wonderlandschap waarin een ijsbaan vanuit een bepaalde hoek en hoogte in beeld is gebracht. Daaronder staat de tekst ‘*Het is er weer weer voor*’; en weer daaronder een kleine afbeelding van een Unox rookworst. Wij ‘begrijpen’ nu dat ons hier niet zomaar een mededeling wordt gedaan of een stemmig plaatje wordt vertoond, maar dat we iets moeten doen, namelijk een bepaald gedrag gaan uitvoeren. Dat we dat zo begrijpen is wonderbaarlijk, want nergens is een expliciete aansporing *Koop Unox Rookworst* te vinden.³ Nog wonderbaarlijker wordt het als we bedenken hoeveel ingenieuze en telkens weer nieuwe kunstgrepen er worden bedacht om die directieve kernpropositie indirect aan de kopende mens te brengen. Het inzetten van kunstgrepen leidt tot wat Linda Scott de ‘defamiliarization’ van de propositie noemt (1994a: 469). Defamiliarization is wat alle advertenties (en persuasieve boodschappen in het algemeen) gemeen hebben: boodschappen worden veelal ‘indirect’ geuit, en de mate waarin dat gebeurt kent vele varianten, zowel in vorm als in ‘afstand’ die de vorm heeft ten opzichte van de referentiële propositie. Zo zorgt het gebruik van simpel rijm (“Red band

Samenvatting

In dit artikel gaan we experimenteel na wat het effect is van retorische tekst&beeld-combinaties in reclame-advertenties. We gaan na welke effecten tekst- en beeldretoriek hebben, en hoe de verschillende effecten causaal met elkaar samenhangen (moeilijkheid, attitude, imaginaire elaboratie, discursieve elaboratie). De resultaten van het experiment maken duidelijk dat retorische figuren in tekst en beeld inderdaad tot effecten leiden, maar dat beeldretoriek het meest aantoonbaar leidt tot een positieve attitude.

als je voor pret bent”) voor een kleine vervreemdingsafstand, maar de afwijking kan een stuk groter zijn. Deze indirectheid is zozeer kenmerkend voor het genre, dat we directe directieve koopboodschappen in advertenties zo stilaan zouden opvatten als een afwijking van de verwachte afwijking, eerder dan als de directe uitdrukking van de boodschap.

Even afgezien van de vraag of een advertentie slaagt in z'n opzet, heeft het verwerken ervan dus alles te maken met verwachtingen. Ietwat cryptisch gesteld: we verwachten dat ons in persuasieve boodschappen een mededeling gedaan wordt op een wijze die we niet verwachten. Komt ons die afwijking 'bekend' voor, dan noemen we zo'n advertentie 'saai', of 'gewoon', maar in andere gevallen kan het oordeel veel positiever uitvallen: 'leuk', 'treffend', 'goed gevonden'. Dat wijst op nog een ander centraal kenmerk van persuasieve communicatie: de te vormen gunstige attitude ten aanzien van het gewenste gedrag, is deels de resultante van onze appreciatie van de boodschap: niet *wat* ons meegedeeld wordt, maar *hoe* dat gebeurt. Daar waar teksttypes als instructieve teksten of leerteksten zo optimaal mogelijk een referentiële functie nastreven, zijn veel persuasieve teksten en boodschappen allereerst gericht op 'defamiliarization'.



Figuur 1

Een voorbeeld van woord- en beeldspeling

Dit artikel gaat over de cognitieve en affectieve effecten van 'defamiliarization' of – zoals we het verder zullen noemen – 'ontregeling' in advertenties. We concentreren ons daarbij op de ontregeling die veroorzaakt wordt door retorische figuren in (de combinatie van) tekst en beeld. Binnen het recente onderzoek naar de functies van beelden of afbeeldingen in teksten is er vooral veel aandacht voor die functies bij *informatieve* en *instructieve* teksten (zie Maes & Schilperoord, 2002). Een recent en uitvoerig overzicht van onderzoeksliteratuur (Pettersson 1998) maakt duidelijk hoeveel aandacht onderzoekers op het gebied van visuele communicatie, visuele geletterdheid, informatiedesign en het ontwerp van instructieve teksten de laatste decennia hebben besteed aan de studie van beeld en tekst-beeldcombinaties. Tegelijk maakt het overzicht ook duidelijk dat de studie van beeld in persuasieve teksten er wat karig vanaf komt. De laatste jaren echter valt een groeiende belangstelling waar te nemen voor de vraag hoe beelden, al dan niet in combinatie met tekst, in persuasieve boodschappen ontregelend kunnen werken en zo een bijdrage kunnen leveren aan attitudevorming of -verandering. Onderzoek van Forceville (1995), Scott (1994a, 1994b), en met name dat van Edward McQuarrie en David Mick (McQuarrie & Mick 1992, 1996, 1999) getuigt daarvan.

McQuarrie & Mick (1996) stellen met het oog op visuele elementen in productadvertenties een classificatie voor die terugvoert op de klassieke retorische elocutio, of stijlleer. Hun werk is te zien als een aanzet om klassieke stijlnoties als 'rijm', 'metafoor' en 'woordspeling' toe te passen op visuele elementen. De aldus gevormde taxonomie betreft derhalve *visuele retoriek*. McQuarrie & Mick demonstreren de mogelijkheid om met hun taxonomie beeldmateriaal in advertenties systematisch te manipuleren, en tonen experimenteel aan dat die manipulaties effecten sorteren op de wijze waarop proefpersonen advertenties verwerken, en waarderen.

Het onderzoek waarover wij hier rapporteren is te beschouwen als een verbeterde replicatie van het onderzoek van McQuarrie en Mick. We willen in de eerste instantie nagaan of de gevonden effecten van visuele retoriek ook gelden voor andere en Nederlandse advertenties, en voor proefpersonen die een andere culturele achtergrond hebben dan die van McQuarrie en Mick. Daarnaast verfijnen we het onderzoek van McQuarrie en Mick op twee punten; ten eerste door de relatie tussen de verschillende typen effecten of ontvangersresponses verder uit te werken en empirisch te analyseren, en ten tweede door de interactie van beeld- en tekstelementen netter te controleren dan wat McQuarrie en Mick hebben gedaan.

De opzet van dit artikel is als volgt. In paragraaf 2 bespreken we de theorie van visuele retoriek van McQuarrie en Mick, en laten we zien hoe de auteurs die in een tweetal experimenten als onafhankelijke variabele hebben aangewend. Tevens gaan we in op de beoogde werking van retorische beelden bij ontvangers – de theorie van ontvangers-responses waartoe McQuarrie en Mick een aanzet leveren. In paragraaf 3 rapporteren we de opzet en afname van het replicatie-experiment. Paragraaf 4 vermeldt de resultaten in de vorm van een toetsing van de onderzoekshypothesen, en een nadere exploratie van relaties tussen diverse ontvangers-responses. Paragraaf 5 besluit het artikel met een discussie van de resultaten.

2. Overtuigen door inhoud en vorm

2.1 Sociaal-psychologische en retorische persuasietheorieën. De huidige inzichten in persuasieve communicatie kennen twee hoofdbronnen: de moderne sociale psychologie en de (klassieke) retorica. De sociale psychologie is bij uitstek gericht op het modelleren van cognitieve en affectieve processen die betrokken zijn bij het *verwerken* van persuasieve boodschappen. In hun *Theory of Reasoned Action* stellen Fishbein & Ajzen (1975) de processen van *attitude-* en *intentie-vorming* centraal, zoals die zich onder invloed van een persuasieve boodschap afspelen⁴. Persuasie is in hun ogen uiteindelijk gericht op *gedrags*beïnvloeding. Wie bij een persoon een bepaald gedrag door middel van persuasieve communicatie wil bewerkstelligen, moet bij die persoon de *intentie* zien te vormen om dat gedrag te gaan uitvoeren. En die intentie op zijn beurt, is voor een belangrijk deel de resultante van een (positieve) *attitude* ten aanzien van het gedrag.⁵ De attitude, veelal gezien als de kernnotie in persuasieve processen, is in de visie van Fishbein en Ajzen gebaseerd op informatie en beredenering. Ze wordt volgens hen gevormd en bijgesteld op basis van een beredeneerde ('reasoned') afweging van de positieve en negatieve consequenties die het gedrag zal hebben, of door zo'n afweging van de positieve en negatieve eigenschappen van een bepaald object.

Vergelijkbaar is het Elaboration Likelihood Model (Petty & Cacioppo 1986). Dat model vertrekt van de gedachte dat mensen streven naar correcte attitudes. Die kunnen ze op twee manieren vormen. Ofwel door zorgvuldig argumenten af te wegen. In dat geval gebeurt de attitudevorming via de zogenaamde centrale route. Ofwel kunnen attitudes worden gevormd door allerlei vuistregels te hanteren, bijvoorbeeld gebaseerd op de mening van gezaghebbende anderen of op voorbeelden. In dat geval is er sprake van attitudevorming via de perifere verwerkingsroute. Beelden in advertenties kunnen zowel centrale argumenten oproepen (de stevigheid of veiligheid van een auto) alsook een hele reeks cues bevatten die de perifere route van verwerking kunnen voeden.

Binnen zulke theorieën is traditioneel weinig aandacht voor de persuasieve boodschap zelf. Die wordt, typerend bij Fishbein en Ajzen, gereduceerd tot een reeks proposities, door hen *source beliefs* genoemd, die middels de boodschap gecommuniceerd worden. Een voorbeeld van zo'n source belief is de uitspraak "Als u meedoet in de Lotto (=gedrag), loopt u een groot risico miljonair te worden (= consequentie)." Een lezer kan een gunstige attitude ontwikkelen aangaande het kopen van een loterijlot, als hij geloof hecht aan zo'n propositie, en als hij 'miljonair worden of zijn' als een wenselijke omstandigheid ziet. Op inhoudelijke gronden dus.

Dat is anders voor de retorische overtuigingstheorieën. Het perspectief van de retoricus wijkt flink af van dat van de sociaal-psycholoog. In de woorden van McQuarrie en Mick:

Rhetoricians maintain that any proposition can be expressed in a variety of ways and that in any given situation one of these ways will be the most effective in swaying an audience. Hence, when persuasion is the overriding goal, the rhetorical perspective suggests that the manner in which a statement is expressed may be more important than its propositional content. (McQuarrie & Mick 1996, 424)

De retoricus is, met andere woorden, juist wel en zelfs primair geïnteresseerd in de vraag hoe de formulering 'Het grootste risico om miljonair te worden' betrokken is in het persuasieproces. Zou bijvoorbeeld de 'ontregelende' formulering (de meesten onder ons zullen niet geneigd zijn om 'miljonair worden' als een risico op te vatten) in het boven besproken voorbeeld *op zichzelf* een bijdrage leveren aan de gewenste attitudevorming? Zo'n vraag blijft in sociaal-psychologische theorieën buiten beschouwing.

Opererend binnen het retorische perspectief, werken McQuarrie en Mick in een serie artikelen een *visuele retoriek* uit. Hun taxonomie is bedoeld om grip te krijgen op de rol die *beelden* in product- en dienstadvertenties spelen (McQuarrie & Mick 1992, 1996, 1999). Voorzover ons bekend is dit de eerste systematische poging om de 'bekende' retorische taxonomie van stijlfiguren als 'rijm', 'woordspeling' en 'metafoor' te betrekken op visuele elementen. Bovendien leveren McQuarrie en Mick een aantal aanzetten voor een *theorie van ontvangers-responses* op. Beide aspecten, de taxonomie en de response-theorie, bespreken we in dit onderdeel en we laten vervolgens zien hoe met name de response-theorie kan worden ingepast in een theorie van persuasieve communicatie.

2.2 Naar een definitie en taxonomie van visuele retoriek. De ontregelende werking van retorische elementen wordt benadrukt in de laatste bijzin van het citaat van McQuarrie en Mick hierboven: de 'manner' waarop de propositie (het belief) is vormgegeven is het centrale studieobject van de retoricus⁶. Een persuasie-poging is, binnen dit perspectief, dus niet in eerste instantie gericht op de vorming van een gunstige houding ten aanzien van een bepaalde gedragsintentie, maar juist een ten aanzien van *de boodschap zelf*. Het idee is dat die houding ten aanzien van de vorm in een faciliterende relatie kan komen ten aanzien van het accepteren van de boodschap en het vormen van de gewenste gedragsintentie. In de klassieke retorica heeft dit idee z'n beslag gekregen in een van de centrale taken van de redenaar: de *elocutio*, in de klassieke teksten doorgaans behandeld als de *stijl*leer.

De klassieke stijlleer is voor McQuarrie en Mick dan ook het uitgangspunt voor de uitwerking van een retorica van visuele elementen. Een retorische figuur omschrijven zij als

een ‘kunstzinnige afwijking’ (*artful deviation*, McQuarrie & Mick 1999: 38) van de verwachtingen die een ontvanger aangaande de vormgeving/verwoording van een propositie heeft. Een betrekkelijk simpele vorm is die van *herhaling*, zoals bij het gebruik van rijm: ‘Red Band als je voor pret bent’, of ‘Bedenk goed wat je met je laatste Rolo doet’. Meer complexe vormen, en in die zin ook drastischer afwijkend van verwachtingen, worden *tropen* genoemd. Voorbeelden zijn *substitutie* en *vervorming*. Een substitutiefiguur is bijvoorbeeld de *retorische vraag*, zoals in “Wanneer heeft u het laatst nagedacht over uw pensioen?”. Voorbeelden van vervorming zijn de *woordspeling* (“Kopen bij de Spar, is sparen bij de koop”, en: “BEN naar de olympische spelen”) en de *paradox* (“Het grootste risico om miljonair te worden”).

Hoe wijken die retorische figuren nu af van ‘de’ verwachting? Dat is te zien wanneer we slagzinnen als “Kopen bij de Spar, is sparen bij de koop” of “BEN naar de olympische spelen” tot hun propositionele inhoud reduceren. Dat levert dan zoiets op als ‘Als u boodschappen doet bij de Spar, bent u goedkoper uit’ en ‘De firma BEN sponsort de olympische spelen’. Als we nu, bijvoorbeeld in een experiment, kunnen aantonen dat de retorische varianten van deze proposities meer impact hebben op de attitude ten aanzien van het gewenste gedrag, dan kunnen we spreken van een *retorisch effect*. Een effect dat niet goed valt te begrijpen en te verklaren met behulp van sociaal-psychologische theorieën. Retorische figuren kunnen derhalve opgevat worden als *templaten* waarmee voor – in beginsel – elke mogelijke propositie zo’n ‘kunstzinnige afwijking’ van verwachtingen geconstrueerd kan worden. En volgens McQuarrie en Mick is er geen apriori reden waarom die afwijkingen uitsluitend verbaal te realiseren zouden zijn. Met andere woorden, van retorische figuren als rijm of metafoor zijn ook visuele expressies voorstelbaar (McQuarrie & Mick 1999: 39, zie ook Forceville 1994).

Wat moeten we ons bij visuele retoriek dan voorstellen? Bekijken we weer de Unox-advertentie in Figuur 1. Het perspectief in het beeld is zodanig gekozen dat de hoefijzervorm van de rookworst rechts wordt weerspiegeld of herhaald in de ijsbaan. De tekst is karig: “het is er weer weer voor”. Zowel tekst als beeld werkt op het plaatje van een toevallige overeenkomst tussen twee uitdrukkingen; in tekst komen we uit bij een woordspeling, in beeld kunnen we vergelijkenderwijs spreken van een ‘visuele woordspeling’, of een ‘beeldspeling’. De toevallige, maar hier *bewust* geconstrueerde overeenkomst tussen de vorm van de ijsbaan en die van de rookworst kan, zo is het idee, een associatie tot stand brengen tussen beide domeinen waardoor allerhande positief geladen winterse sentimenten worden opgeroepen, die bij een beschouwer van de advertentie de wens tot het nuttigen van een rookworst stimuleert.

McQuarrie en Mick maken tevens duidelijk dat de retorische figuren gereduceerd kunnen worden tot een puur referentieel beeld. Dat kan in het gegeven voorbeeld door de vormverwantschap uit het beeld te halen, bijvoorbeeld door de ijsbaan vanuit een ander perspectief weer te geven. Zo’n reductie maakt duidelijk dat we retorische beeldfiguren als *onderzoeksvaariabele* kunnen behandelen. De aanwezigheid van zo’n figuur kan worden geoponeerd aan een versie van dezelfde advertentie zonder die figuur, met instandhouding van de propositionele inhoud van de boodschap. Als de versie met beeldfiguur een grotere persuasieve impact heeft dan de versie zonder, dan kunnen we dus spreken van een retorisch effect van de ‘afwijkingen’ in het beeld.

De taxonomie die McQuarrie en Mick presenteren, is nog verre van uitgewerkt. Zij bieden en bespreken voorbeelden van visueel rijm, van visuele metaforiek en van beeldspelingen. Maar het wordt lastiger je iets voor te stellen bij een visueel retorische vraag, of een visuele alliteratie of paradox. Maar de grote verdienste van hun werk is naar ons idee vooral gelegen in hun aanpak om retorische effecten van visuele elementen experimenteel te manipuleren en te toetsen.

Vergeleken bij de experimentele opzet van McQuarrie & Mick (1999), waarin alleen de retorische waarde van het beeld is gemanipuleerd, hebben we bij onze manipulatie de retoriek in zowel beeld als tekst gemanipuleerd. Op die manier willen we nagaan of het effect van retoriek verschilt naargelang het medium, en of de combinatie van beeld- en tekstretoriek tot een hoger effect leidt dan alleen de retoriek in beeld of tekst.

We hebben totnogtoe de vermeende effecten en meerwaarde van retorische ingrepen in tekst en beeld in wat vage bewoordingen aangeduid ('effecten op attitude-vorming'). Maar ook daar zijn McQuarrie en Mick specifiek over. Zij ontvouwen een aantal aanzetten waarmee ontvangers-responses op 'kunstzinnige afwijkingen' in kaart gebracht kunnen worden. De volgende paragraaf bevat een bespreking en verdere uitwerking van die response-theorie.

2.3 Een theorie van ontvangers-responses. Als we willen begrijpen en verklaren hoe retoriek een persuasieve doelstelling (mede) kan realiseren, moeten we ons afvragen op welke wijze die retoriek cognitief en affectief verwerkt wordt door een ontvanger van de boodschap. McQuarrie en Mick postuleren twee primaire responsetypen, gegeven een retorische figuur: *elaboratie* en het (lastig vertaalbare) '*degree of pleasure*'.

Elaboratie

Elaboratie is een cognitief proces dat bepalend is voor de mate waarin een gedane mededeling geïntegreerd wordt in voorkennis, waarin inferenties gevormd worden, of eerdere ervaringen en gevoelens bij het interpretatieproces worden betrokken (zie ook Kintsch 1998). Elaboratie is derhalve de 'rest die je erbij denkt' gegeven een bepaalde stimulus. Wanneer de mededeling voor kennisgeving aangenomen wordt, is derhalve de elaboratie nihil (een overigens strikt theoretische optie).

Verbale of visuele stimuli kunnen in meer of mindere mate aanleiding geven tot elaboratie. McQuarrie en Mick betogen dat de eigenschap van kunstzinnige afwijking kan zorgen voor een toenemende elaboratie. Bezien we nogmaals het voorbeeld in Figuur 1. Hoe kan een lezer deze boodschap verwerken? Uitgangspunt van de verwerking is Grice's maximale relevantie: de ontvanger gaat ervan uit dat een zender hem een zinnige en relevante mededeling wil doen. Maar die mededeling geeft zich niet direct 'bloot', zoals een zuiver referentieel beeld dat wel zou doen. Om de relevantie te achterhalen, moet de ontvanger zich derhalve in enige bochten wringen. De elaboratie die daarvan het gevolg is, is dus veroorzaakt door de drang om ten eerste de relevantie te achterhalen, en ten tweede de redenen van de zender om de relevante mededeling op die 'afwijkende' wijze te presenteren. Het ontregelende effect van een retorische figuur als een 'beeldspeling' moet dus op orde gebracht worden, en zulks vergt een bepaalde mate van elaboratie, of van 'doordenken'.

Degree of pleasure

Het tweede responsetype dat McQuarrie en Mick uitwerken is 'degree of pleasure'. Wie zich wel eens aan een cryptogram waagt, kent het genoeg als een weerbarstige cryptische code uiteindelijk gebroken wordt. Dat 'voelt goed'. Die lof zwaai je je uiteraard allereerst zelf toe, maar iets daarvan straalt af op de cryptische code zelf. Je vindt, denken we, een cryptische omschrijving pas 'mooi' *als en omdat je erin geslaagd bent die te kraken*. Een soortgelijke gang van zaken veronderstellen McQuarrie en Mick bij de verwerking van retorische figuren. Slaag je erin, middels het proces van elaboratie, om de referentiële boodschap die ligt besloten in de retorische figuur te reconstrueren, dan zal dat aanleiding geven tot een toename in de hoeveelheid 'pleasure' waartoe de advertentie aanleiding geeft. De factor 'pleasure' is nauw gerelateerd aan de notie 'attitude ten aanzien van de boodschap' (Brown & Stayman. 1992), oftewel *A_{ad}*. Nemen we nogmaals het Unox-voorbeeld. De zuiver referentiële variant van de boodschap, dus een waarbij de ijsbaan vanuit een ander perspectief is afgebeeld, kan ten hoogste leiden tot een positieve attitude ten aanzien van de gedragsintentie 'Unox-rookworst kopen', maar de retorische tegenhanger kan ook een gunstige attitude *ten aanzien van de boodschap zelf* teweegbrengen.

In twee experimenten onderzochten McQuarrie en Mick in hoeverre deze veronderstellingen houdbaar zijn in de concrete verwerking van boodschappen waarin visuele retoriek is aangebracht. Van twee (bestaande) advertenties werd een retorische en een referentiële versie gemaakt, waarvan telkens een versie aan proefpersonen werd voorgelegd. Responses werden gemeten met behulp van semantische differentiaal-schalen. Op zowel 'elaboratie' als 'attitude ten aanzien van de boodschap' scoorden de retorische varianten significant hoger:

'Two experimental analyses showed that these (...) ads (met beeldretoriek, j.s. & a.m.), as compared to the same ads with the visual figures broken or removed, stimulated more elaboration and a more positive attitude toward the ad.' (McQuarrie & Mick 199: 51).

Response-typen en persuasieve processen

De manier waarop McQuarrie en Mick die responstypen definiëren vraagt echter om verduidelijking en verfijning, met name over de vraag hoe beide response-typen passen in de theorie van persuasieve communicatie, en hoe ze zich tot elkaar verhouden.

Volgens de 'klassieke' informatie-verwerkingstheorie van persuasieve communicatie (McQuire, 1969), is een persuasief effect van een boodschap het resultaat van drie processen: de boodschap moet *onder de aandacht* van de ontvanger komen, de inhoud ervan moet *begrepen*, en de geponeerde stelling moet *geaccepteerd* worden. De trits 'aandacht-begrip-acceptatie' vormt dan ook het hart van veel sociaal-psychologische persuasietheorieën, waaronder de theorie van beredeneerd gedrag.⁸

Denkbaar is allereerst dat een 'artful deviation' de *aandacht* die een boodschap krijgt kan vergroten. Een boodschap die om welke reden dan ook afwijkt van de 'normale' wijze van iets zeggen, zal eerder de aandacht trekken, dan een zuiver referentiële. Omdat een eventueel effect op aandacht in een experimentele setting niet valt te traceren, althans niet in de setting waarvoor wij hier hebben gekozen, laten we dat verder onbesproken.

De relatie tussen kunstzinnige afwijkingen en *begrip* van de boodschap is complexer. Fishbein en Ajzen's theorie van beredeneerd gedrag stelt dat attitudes een informatiele basis hebben. Begrip van het meegedeelde is daarom voor ieder proces van attitudevorming

en/of -verandering een noodzakelijke voorwaarde. Duidelijk is al geworden dat retorische figuren in advertenties een 'direct' begrip (willens en wetens) blokkeren. De bedoeling is juist om het verkrijgen van begrip op enige obstakels te laten lopen: de ontvanger moet, middels elaboraties, dat begrip zelf reconstrueren. Nu is uit onderzoek naar de verwerking van teksten bekend dat een boodschap waarvan het begrip enige moeite vergt tot een *duurzamer* en *dieper verwerkt* begrip leidt dan wanneer het begrijpen van een boodschap als het ware op een presenteerblaadje wordt aangeboden (vgl. Kintsch 1998). Als we deze gedachte doortrekken, zou de intensievere elaboratie die retorische figuren vergen eenzelfde effect op de verwerking van de advertentie kunnen hebben.

Deze medaille heeft echter haar keerzijde. Zoals McQuarrie en Mick ook vaststellen zijn er grenzen aan de spankracht van de elaboratieresponse. De moeite die men zich getroosten wil om de afwijkende vorm van de boodschap te reconstrueren, is niet eindeloos, en moet, zeker in het geval van de verwerking van advertenties, bepaald niet te hoog worden ingeschat. De retorische figuur kan, om het kort te stellen, te 'moeilijk' zijn, en in dat geval komt de figuur haaks te staan op de beoogde persuasieve functie van de boodschap. Zuiver in theorie kunnen we 'moeilijkheid van de boodschap' operationaliseren als de afstand tussen de 'artful deviation' en de gereconstrueerde boodschap. Moeilijkheid is dan een functie van de hoeveelheid elaboratie die nodig is om die afstand te overbruggen. Het verband tussen 'moeilijkheid' en 'attitude' (A_{ad}) kan nu gemodelleerd worden als een omgekeerde U-curve, een verbandtype dat men in de psychologie vaak aantreft. Tot bepaalde hoogte onderhouden moeilijkheid en pleasure, en daarmee A_{ad} , een positief verband. Maar er zal een kritisch omslagpunt zijn, en van daar af gaat 'moeilijkheid' de A_{ad} juist negatief beïnvloeden. De 'artful deviation' gaat de beschouwer te ver en dat kan het beoogde persuasieve effect duchtig in de weg zitten. De kunst van het ontwerpen van een overtuigende advertentie kan vanuit deze verklaring dus omschreven worden als het zover mogelijk oprekken van de moeilijkheid zonder het omslagpunt voorbij te gaan. Maar hoe plausibel dit idee ons ook mag voorkomen, evidentie ervoor valt pas te verkrijgen als de variabele 'moeilijkheid' zodanig kan worden geoperationaliseerd, dat we kunnen bepalen waar het kritische omslagpunt zich bevindt. En dat is niet zo eenvoudig. Hoe we dit probleem in het onderhavige experiment hebben behandeld, komt verderop aan de orde.

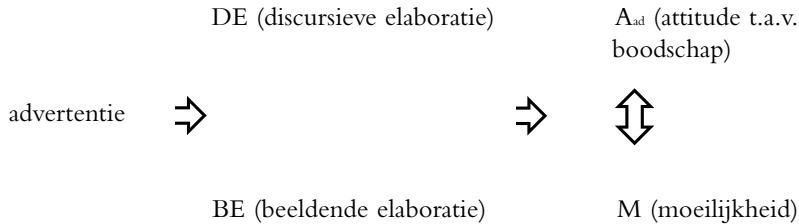
De relatie, tenslotte, tussen elaboratie en de acceptatie van de uiteindelijke claim ('Koop X'), is zo mogelijk nog indirecter. Uitgangspunt van de retorische benadering is echter dat een verhoogde A_{ad} het acceptatie-proces zoals bedoeld door McQuire zal faciliteren.

Het voorgaande impliceert een tweetal amendementen op McQuarrie en Mick's theorie van ontvangers-responses. Allereerst behandelen zij A_{ad} als een response-variabele gegeven de 'kunstzinnige afwijking', maar dat is naar ons idee onnauwkeurig. A_{ad} is volgens ons een response-variabele gegeven de variabele elaboratie. De 'pleasure' die een advertentie teweeg kan brengen is een functie van het 'kraken' van de retorische figuur die erin is verwerkt. Je positieve oordeel erover resulteert dus uit het feit dat je de figuur hebt doorzien, oftewel hebt *begrepen*. Een figuur die je niet doorziet, kan dus nimmer leiden tot een positieve A_{ad} . Daarom is A_{ad} een *eindvariabele* waarvan de toegekende waarde bepaald zal worden door de door de stimulus teweeggebrachte waarde van de *mediërende* variabele elaboratie, althans in theorie. Een soortgelijke redenering geldt voor de factor 'moeilijkheid'. De ondervonden moeite om de boodschap in de advertentie te reconstrueren, zal afhankelijk zijn van de mate waarin die tot elaboratie aanleiding heeft gegeven. Daarnaast kan moeilijkheid ook

Overtuigen met visuele en verbale retoriek

positief correleren met attitude, althans wanneer we ervan uitgaan dat de proefpersonen de figuraties in de advertenties ook daadwerkelijk doorzien hebben. De besproken omgekeerde U-curve voorspelt bij een verhoogde moeilijkheid een toename in A_{ad} .

Middels regressie-analyses zullen we nagaan of de data aan deze gepostuleerde verbanden – weergegeven in Figuur (2) – steun geven



Figuur 2 *De relatie tussen elaboratie en attitude/moeilijkheid*

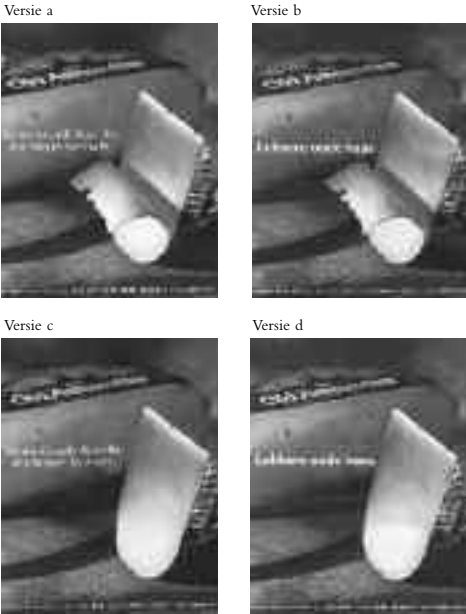
Het onderhavige onderzoek valt aldus uiteen in een toetsend en een exploratief onderzoek. In het toetsend onderzoek kan de vraagstelling als een hypothese geformuleerd worden: we verwachten dat we de effecten van retorische figuren die McQuarrie en Mick rapporteren zullen repliceren. Daarnaast voorspellen we die effecten op zowel verbale als visuele figuren, en voorspellen we het grootste effect voor advertenties waarin zowel een verbale als een visuele figuur is aangebracht. Indien zo'n replicatie inderdaad mogelijk is, verwachten we dat advertenties waarin verbale en/of visuele retoriek is gemanipuleerd bij proefpersonen leiden tot een toegenomen elaboratie en verhoogde A_{ad} . In het exploratieve onderzoek worden vervolgens de hierboven gepostuleerde causale relaties tussen de response-variabelen nader onderzocht.

3. Methode en opzet

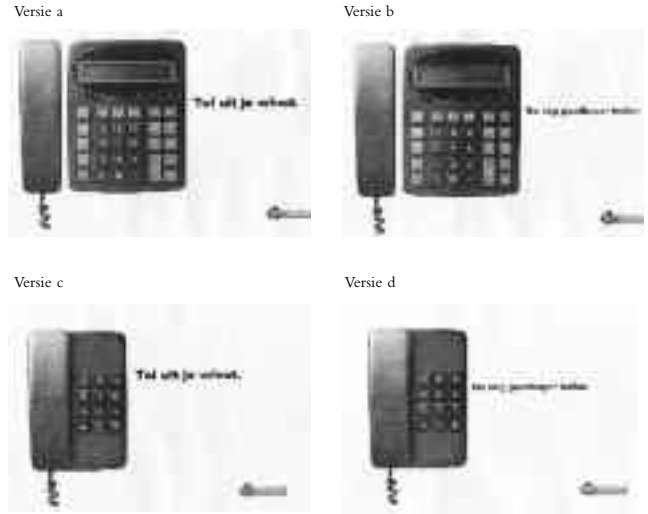
Manipulatie van de onafhankelijke variabele

Voor de manipulatie van de onafhankelijke variabele hebben we gebruik gemaakt van twee (feitelijk gepubliceerde) dagbladadvertenties waarin zowel het beeld als de begeleidende tekst gebaseerd waren op een retorisch templa⁹. De eerste advertentie prijst 'Oud-Amsterdam'-kaas aan, terwijl in de tweede melding wordt gemaakt van tariefverlagingen voor telefoneren door KPN. Om de reacties van de proefpersonen zo veel mogelijk te kunnen toeschrijven aan de manipulaties, kozen we 'low profile' advertenties, die naar te verwachten was niet om een bepaalde of bijzondere reden een vergrote 'onthoudkans' hadden. Verder werd de keuze ingegeven door het feit dat de retorische figuren zowel in tekst als in beeld met minimale ingrepen te manipuleren waren. De figuren 3 en 4 laten de gebruikte advertenties zien, waarbij de a-versies telkens de feitelijk gepubliceerde versies zijn, en de b-, c-, en d-versies de gemanipuleerde.

De kunstzinnige afwijking in de kaasadvertentie schuilt in de plak kaas, die de vorm van een tong aanneemt. In de KPN-advertentie schuilt de afwijking in het feit dat het voor telefoons gebruikelijke toetsenbord er een is van een rekenmachine. Omschrijven we nu een woordspeling als een retorische figuur die gebaseerd is op het templa⁹ van dubbele



Figuur 3



Figuur 4

betekenis van woord of woordgroep, dan kan in beide gevallen van een ‘visuele woordspeling’ of ‘beeldspeling’ gesproken worden (telefoon = rekenmachine, kaas = tong). In beide gevallen past de beeldspeling bij de (verbale) boodschap: ‘tel uit je winst’ voor de KPN-ad; en ‘de eerste kaas die de tongen losmaakt’ voor de Oud Amsterdam-ad. Die tekst is in beide gevallen ook als retorisch te bestempelen. In beide slagzinnen worden vanuit een bepaald brondomein (KPN: bedrijfsvoering, ondernemen; Kaas: communicatie) eigenschappen (KPN: goedkoop zijn; Kaas: spraakmakend zijn) geprojecteerd op het doeldomein (telefooneren bij KPN, Oud Amsterdam kaas kopen en eten).

Van beide retorische advertenties zijn verschillende versies geconstrueerd, en wel door de retoriek uit het beeld te halen (de versies c en d van Figuur 3 en 4), zoals McQuarrie en Mick dat doen, en door de tekst van retoriek te ontdoen (de versies b en d). Op die manier ontstonden per advertentie de volgende vier versies:

- versie a: +B+T (beeld +retorisch & tekst +retorisch)
- versie b: +B-T (beeld +retorisch & tekst -retorisch)
- versie c: -B+T (beeld -retorisch & tekst +retorisch)
- versie d: -B-T (beeld -retorisch & tekst +retorisch).

Door tekst én beeld op deze manier te variëren, kunnen we uitspraken doen over het effect van visuele en verbale retoriek op zich, maar ook over het relatieve belang van retoriek in beeld én tekst. De voorspellingen aangaande de effecten op ‘elaboratie’ en ‘attitude’ – de afhankelijke variabelen – zie ook verderop – kunnen, voor beide advertenties, nu zo aangegeven worden:

- elaboratie: +B+T > (+B -T = -B +T) > -B -T¹⁰
- attitude: +B+T > (+B -T = -B +T) > -B -T

Overtuigen met visuele en verbale retoriek

Bovendien werd verwacht dat de retorische figuren door de proefpersonen ook als moeilijker zouden worden ervaren, en wel op de wijze als hierboven is weergegeven.

Proefpersonen

Aan de proefneming namen 240 mensen deel, studenten aan de Universiteit van Tilburg, en bewoners van de stad Tilburg. De leeftijd varieerde van 16 tot 55 jaar, de gemiddelde leeftijd was ongeveer 30. Van hen was 46 procent man en 54 procent vrouw. Het opleidingsniveau was minimaal MO, met een piek voor HBO en Universitair. 98 procent van hen had Nederlands als moedertaal.

Meting van de afhankelijke variabelen

Besloten werd om de semantische differentialen waarmee McQuarrie en Mick de responses aftapten te vervangen voor 7-punts Likert-schalen. Ook hebben we het aantal items per afhankelijke variabele uitgebreid van 3 naar 6 items per factor. De helft van de items werd positief geformuleerd, de tweede helft negatief. In navolging van McQuarrie en Mick, is bovendien onderscheid gemaakt tussen *discursieve* elaboratie (de mate waarin de advertentie aanleiding geeft tot *cognitieve* activiteiten), en *beeldende* elaboratie (de mate waarin de advertentie leidt tot *imaginaire* activiteiten). Voorbeelden van items voor alle afhankelijke variabelen zijn te vinden in Figuur 5.

<i>afhankelijke variabele</i>	<i>voorbeelden van daarbij horende likert-schalen</i>								
discursieve elaboratie	+ De advertentie riep veel gedachten bij me op		- De advertentie is nietszeggend						
	oneens	1	2	3	4	5	6	7	eens
beeldende elaboratie	+ De advertentie roept allerlei beelden op		- De advertentie is weinig fantasierijk						
	oneens	1	2	3	4	5	6	7	eens
attitude t.a.v. de boodschap	+ Ik vind de advertentie aangenaam om naar te kijken		- Ik vind de advertentie vervelend						
	oneens	1	2	3	4	5	6	7	eens
moeilijkheid van de advertentie	+ Ik snap wat met de advertentie bedoeld wordt		- De advertentie is moeilijk te begrijpen						
	oneens	1	2	3	4	5	6	7	eens

Figuur 5 Voorbeelden van positieve (+) en negatieve (-) items voor de 4 afhankelijke variabelen

Voor elke variabele werden daarnaast ook vergelijkbare ja/nee-vragen voorgelegd¹¹. Ten slotte werd de respondenten naar een aantal persoonlijke zaken gevraagd, zoals leeftijd, sekse, en opleiding. Ook werd gevraagd of men de advertenties eerder gezien had. Dat bleek in 14 procent van de gevallen zo te zijn.¹²

Om de samenhang en de interne consistentie van de items na te gaan, werd voor alle clusters de Cronbach's alpha berekend. De uitkomsten waren bevredigend tot goed (discursieve elaboratie = .76; beeldende elaboratie = .84, attitude ten aanzien van de boodschap = .88; moeilijkheid = .88). Dit impliceert dat voor de analyses gewerkt is met naar factoren geaggregeerde scores.

Design en procedure

Bovenstaand impliceert een factorieel design met 2 variabelen: beeld en tekst. De afname van het experiment gebeurde individueel. Iedere proefpersoon bezag en beoordeelde een experimentele versie van beide advertenties, ofwel de versies a (+B+T) en d (-B-T) ofwel de versies b (+B-T) en c (-B+T). Iedere proefpersoon kreeg daardoor voor beeld en tekst zowel een retorische als niet-retorische versie te zien. De eerste advertentie werd getoond, waarna telkens de vragenlijst werd ingevuld, dan volgde voor de tweede advertentie dezelfde procedure. De volgorde waarin de KPN- en Kaas-advertentie werden aangeboden, werd systematisch gevarieerd.

Data-analyse

Uit Figuur 5 blijkt dat de oriëntatie van de items wisselde. Daarom zijn eerst alle gegevens zo omgepoold dat de hoogste scores altijd de hoogste oordelen representeren. De gegevens zijn met behulp van het programma SPSS geanalyseerd. Ten behoeve van het experimenteel-toetsende gedeelte van het onderzoek zijn de effecten van de factoren 'tekst-' en 'beeldretoriek' per advertentie (KPN en kaas) gemeten met behulp van een-weg (M)ANOVA's, met 'beeld' en 'tekst' als onafhankelijke variabelen en scores voor 'elaboratie', 'attitude' en 'moeilijkheid' als afhankelijke variabelen. Ook zijn (eventuele) effectverschillen voor de twee advertenties nagegaan. Ter controle op sekseverschillen en leeftijd zijn alle analyses herhaald met 'sekse' (man, vrouw) en leeftijdscategorieën (jong, midden, gevorderd) als additionele factoren.

Voor het exploratieve gedeelte van het onderzoek zijn de causale betrekkingen tussen de afhankelijke variabelen uitgevoerd met regressie-analyses.

4. Resultaten

De uitkomsten van het experimenteel-toetsende deelonderzoek, en die van het exploratieve onderzoek zullen in twee aparte paragrafen worden gerapporteerd.

4.1 Het toetsend onderzoek. Sectie 4.1.1 geeft de resultaten van de manipulaties per advertentie op de afhankelijke variabelen 'discursieve elaboratie', 'beeldende elaboratie' en 'attitude'. De uitkomsten voor de factor 'moeilijkheid' worden in een aparte sectie gerapporteerd (4.1.2). Sectie 4.1.3 gaat in op effect-verschillen die zijn toe te schrijven aan de advertenties (KPN versus Kaas).

Overtuigen met visuele en verbale retoriek

4.1.1 Effecten op elaboratie en attitude. Om na te gaan of de resultaten inderdaad per advertentie gerapporteerd kunnen worden, is allereerst nagegaan of de advertenties zelf effecten sorteerden op de afhankelijke variabelen. Dat bleek inderdaad het geval ($F(4,469)=22.18$, $p<.001$). Tabel 1 toont daarom per advertentie de effecten van de factoren 'beeld' en 'tekst' op de afhankelijke variabelen 'elaboratie', en 'attitude'.

Tabel 1 Gemiddelde scores per advertentie, manipulaties voor de variabelen 'elaboratie' en 'attitude' (minimum = 1, maximum = 7, de hoogste scores zijn telkens cursief aangegeven. Significante verschillen zijn gemarkeerd met een sterretje)

	<i>Beeld</i>		<i>Tekst</i>	
	<i>+retoriek</i>	<i>-retoriek</i>	<i>+retoriek</i>	<i>-retoriek</i>
Kaas				
discursieve elaboratie	2.92	2.64	3.41*	2.14
beeldende elaboratie	4.11*	3.53	4.27*	3.37
attitude t.a.v. boodschap	5.10*	4.56	4.71	4.95
KPN				
discursieve elaboratie	3.11*	2.70	3.32*	2.49
beeldende elaboratie	3.67*	2.46	3.32*	2.81
attitude t.a.v. boodschap	4.29*	3.16	3.83	3.62

De Kaas-advertentie

Een multivariate test voor de Kaas-advertentie wees uit dat er sprake was van een overall effect op de afhankelijke variabelen van de factoren 'beeld' ($F(3,234)=3.47$, $p<.05$, $\eta^2=.043$) en 'tekst' ($F(3,234)=34.70$, $p<.001$, $\eta^2=.319$). Univariate analyses wijzen uit dat er een effect is van de factor 'beeld' op 'beeldende elaboratie' ($F(1,236)=9.50$, $p<.01$, $\eta^2=.039$), en op 'attitude' ($F(1,236)=8.73$, $p<.01$, $\eta^2=.036$). De factor 'tekst' sorteerde effecten op 'beeldende elaboratie' ($F(1,236)=22.55$, $p<.001$, $\eta^2=.087$) en op 'discursieve elaboratie' ($F(1,236)=61.19$, $p<.001$, $\eta^2=.206$). Er werden geen interactie-effecten gevonden.

De hoofdeffecten van de factoren 'tekst-' en 'beeldretoriek' zijn, zoals in de tabel is te zien, vrijwel allen in de richting zoals was voorspeld. Beeldretoriek leidde echter niet tot een geïntensiverde cognitieve elaboratie, terwijl de tekstretoriek zelfs tot een lagere (maar niet-significante) 'attitude'-score leidde. De afwezigheid van interactie-effecten wijst er verder op dat de advertentie-versie met zowel beeld- als tekstretoriek niet hoger scoorde dan een van de andere drie versies. Met andere woorden, de resultaten impliceren partiële steun voor de hypothesen. Advertenties met retoriek leiden tot een toename in elaboratie in vergelijking met advertenties zonder, maar voor het voorspelde effect van de +B+T-versie werd geen steun gevonden¹³. Wel bieden de resultaten steun voor het idee dat de attitude ten aanzien van de advertentie door met name de beeldretoriek opgekrikt wordt (zie ook noot 10). Dit is naar ons oordeel de sterkste aanwijzing voor replicatie van de bevindingen van McQuarrie en Mick. Een voorbehoud dat hierbij meteen gemaakt moet worden, betreft de effectgroottes (Chow 1988). Zoals gerapporteerd bleken die, met name bij de 'beeld-factor', bijzonder gering (in elk geval nooit hoger dan 5% verklaarde variantie). Relatief hoog bleek het percentage verklaarde variantie van de factor 'tekstretoriek' bij 'discursieve elaboratie' (ruim 20%).

Dat resultaat wordt vooral in de hand gewerkt door de zeer lage score op deze variabele die de niet-retorische variant sorteert.

De KPN-advertentie

Een multivariate test voor de KPN-advertentie wees uit dat er sprake was van een overall effect op de afhankelijke variabelen van de factoren 'beeld' ($F(3,233) = 17.24, p < .001, \eta^2 = .18$) en 'tekst' ($F(3,233) = 9.25, p < .001, \eta^2 = .11$). Bovendien bleek hier sprake van een interactie-effect 'beeld x tekst' ($F(3,233) = 3.00, p < .05, \eta^2 = .037$). Univariate analyses voor de factor 'beeld' wijzen uit dat het effect gevonden wordt bij alle afhankelijke variabelen ('beeldende elaboratie': $F(1,235) = 50.83, p < .001, \eta^2 = .178$, 'discursieve elaboratie': $F(1,235) = 6.30, p < .05, \eta^2 = .026$, en 'attitude': $F(1,235) = 35.78, p < .001, \eta^2 = .132$). Net als bij de Kaas-advertentie sorteert de factor 'tekst' ook hier alleen effecten bij 'beeldende elaboratie' ($F(1,235) = 9.25, p < .01, \eta^2 = .038$) en bij 'discursieve elaboratie' ($F(1,235) = 26.56, p < .001, \eta^2 = .102$). Het overall interactie-effect blijkt echter voor geen der afhankelijke variabelen afzonderlijk aanwezig.

Net als bij de Kaas-advertentie, blijken de factoren 'beeldretoriek' en 'tekstretoriek' de meeste van de voorspelde effecten te sorteren. Tekstretoriek heeft ook bij de KPN-advertentie echter geen effect op de attitude ten aanzien van de advertentie. Beeldretoriek leidt, in welke combinatie met de factor 'tekst' die ook voorkomt, tot de voorspelde effecten op de drie afhankelijke variabelen. Ten aanzien van de variabelen 'elaboratie' en 'attitude' kunnen de conclusies dus als volgt weergegeven worden:

$$\begin{array}{l} \text{elaboratie:} \quad (+B+T = +B-T = -B+T) > (-B-T) \\ \text{attitude:} \quad (+B+T = +B-T) > (-B+T = -B-T) \end{array}$$

Tenslotte bleek er geen effect van sekse of leeftijdscategorie. Wel was er een algemeen effect van sekse op 'attitude': vrouwen waarden de advertenties gemiddeld hoger ($F(1,237) = 5.51, p < .05$) en er was een effect van leeftijdscategorie: ouderen waarden de advertenties gemiddeld hoger ($F(1,237) = 3.45, p < .05$).

4.1.2 Effecten op moeilijkheid. Omdat de factor 'advertentie' (Kaas versus KPN) ook op de afhankelijke variabele 'moeilijkheid' een effect had ($F(1,476) = 22.46, p < .001, \eta^2 = .045$), de KPN-advertentie werd als 'moeilijker' beoordeeld, vermelden we in Tabel 2 de resultaten terzake weer apart voor beide advertenties.

Tabel 2 Gemiddelde scores per advertentie/manipulaties voor de variabele 'moeilijkheid' (minimum = 1, maximum = 7, de hoogste scores zijn gecursiveerd, en van een sterretje voorzien indien significant). Hoe hoger de score, hoe moeilijker

	<i>Beeld</i>		<i>Tekst</i>	
	<i>+retoriek</i>	<i>-retoriek</i>	<i>+retoriek</i>	<i>-retoriek</i>
Kaas	2.08	2.33	2.70*	1.71
KPN	2.72	3.10	3.44*	2.38

Overtuigen met visuele en verbale retoriek

Een univariate test wijst voor beide advertenties uit dat alleen de factor ‘tekstretoriek’ een effect heeft op afhankelijke variabele ‘moeilijkheid’ (Kaas: $F(1, 236) = 34.87, p < .001, \eta^2 = .129$, KPN: $F(1, 235) = 21.47, p < .001, \eta^2 = .084$). Er deden zich ook geen interactie-effecten voor. Retoriek in tekst blijkt de advertentie moeilijker te maken. Te zien is verder dat de advertenties met beeldretoriek zelfs makkelijker gevonden worden dan hun niet-retorische pendanten, maar de verschillen blijken niet significant. Op dit punt repliceren we de resultaten van McQuarrie en Mick derhalve niet. Overigens geldt ook bij deze variabele weer dat de effecten met terughoudendheid in ogenschouw genomen moeten worden: ook wanneer er effecten gevonden worden, is de omvang ervan klein. De conclusie aangaande de variabele ‘moeilijkheid’ kan nu als volgt weergegeven worden:

moeilijkheid: $(+B+T, -B+T) > (+B-T, -B-T)$

4.1.3 Verschillen tussen advertenties. Van de tabellen 1 en 2 kan afgelezen worden dat de advertenties verschillen in hun effecten op de afhankelijke variabelen. Om na te gaan of die verschillen betekenisvol waren, en om na te gaan in hoeverre ze samenhangen met de gemanipuleerde factoren, is een multivariate analyse uitgevoerd, met ‘beeld’ en ‘tekst’, maar ook met ‘advertentie’ als factoren. We vermelden hier alleen de significante resultaten en de richting ervan. Er blijkt, zoals al eerder gemeld, een hoofdeffect van ‘advertentie’ te zijn. Dat effect doet zich voor bij de variabele ‘beeldende elaboratie’ ($F(1, 471) = 35.21, p < .001, \eta^2 = .07$) en ‘attitude’ ($F(1, 471) = 70.45, p < .001, \eta^2 = .130$). De Kaas-advertentie leidt tot meer beeldende elaboratie, en wordt door de proefpersonen ook hoger gewaardeerd. Bovendien blijkt er een interactie-effect ‘advertentie x beeldretoriek’ in de data aanwezig voor de afhankelijke variabelen ‘beeldende elaboratie’ ($F(1, 471) = 5.92, p < .05, \eta^2 = .012$), en ‘attitude’ ($F(1, 471) = 4.81, p < .05, \eta^2 = .10$). Dat effect kan aldus omschreven worden: hoewel in het algemeen geldt dat de Kaas-advertentie op de betreffende variabelen hoger scoort, blijken de verschillen +B versus -B bij KPN-advertentie veel geprononceerder te zijn. Het is dus vooral de KPN-advertentie waar de beeldfactor het scherpst discrimineert.¹⁴ Overigens geldt ook hier weer het voorbehoud van de betrekkelijk geringe effectgroottes.

Al met al kan gesteld worden dat, hoewel de voorspelde effecten overwegend gevonden worden bij beide advertenties, de twee advertenties die effecten wel ieder zo op hun eigen wijze hebben gesorteerd. Daarbij dient ook bedacht te worden wat wij stelden in noot 13: alle effecten die de Kaas-advertentie opgeleverd heeft, zijn toe te schrijven aan de situatie waarin de proefpersonen die advertentie als eerste onder ogen kwamen. Van zo’n volgorde effect bleek bij de KPN-advertentie geen sprake.

4.2 Het exploratieve onderzoek.

4.2.1 Multiple regressie. In het tweede deel van dit onderzoek zijn we nagegaan welke verbanden er zijn tussen de diverse response-variabelen ‘elaboratie’, ‘attitude’ en ‘moeilijkheid’. Ons uitgangspunt daarbij (zie ook Figuur 2) is dat A_{ad} en de gepercipieerde moeilijkheid, in feite cognitieve ‘eindtoestanden’ representeren; eindtoestanden die op basis van de input (verbale en/of visuele retoriek, of de afwezigheid daarvan) via de mediërende processen ‘discussieve’ en ‘beeldende elaboratie’ tot stand komen. De analytische vraag is derhalve wat, gegeven de input, de relatieve bijdragen zijn die de mediërende processen leveren aan de

eindtoestand. De eindtoestand representeert derhalve de *afhankelijke* variabele, terwijl de mediërende processen de *onafhankelijke* variabelen, of de *predictorvariabelen* representeren.

De statistische techniek om zulke vragen te lijf te gaan, is die van de multiple regressie-analyse (zie onder anderen Nooij 1995). De algemene gedaante van een multiple regressie-vergelijking met k predictoren is (1).

$$(1) Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k$$

In deze vergelijking representeert Y de voorspelde score op de afhankelijke variabele. Iedere X_i staat voor een der onafhankelijke variabelen. De term β_0 representeert het intercept – de waarde die Y aanneemt als $X_i = 0$. Iedere β_i (met $i = 1$ tot k) representeert een gestandaardiseerd regressiegewicht – een indicatie van de relatieve bijdrage die de bijbehorende predictor levert aan het totstandkomen van de voorspelde waarde van Y .

Een (met SPSS uitgevoerde) regressie-analyse levert schattingen op van het intercept β_0 en van de regressie-gewichten β_i . Zodoende wordt de best passende lineaire vergelijking opgesteld, gebaseerd op het principe van ‘least squares’, i.e. de som der gekwadrateerde afwijkingen van de geobserveerde scores ten aanzien van de voorspelde scores. Daarnaast wordt de adequaatheid van het geteste model weergegeven in de vorm van R^2 , de hoeveelheid variantie van de afhankelijke variabele die door het model verklaard wordt. Met behulp van een variantie-analyse wordt verder nagegaan of R^2 het niveau van statistische significantie bereikt. De toetsingsgrootheid F wordt in dit geval bepaald door het quotiënt van de door de regressie verklaarde variantie enerzijds, en de onverklaarde of residuele variantie anderzijds. Wanneer de F -ratio een significantie van $p \leq .05$ bereikt, kan worden geconcludeerd dat de resultaten niet op toeval berusten, dus dat de hoeveelheid verklaarde variantie door het model substantieel is. Tenslotte worden van de (gestandaardiseerde) regressiecoëfficiënten β_i nog de t -waarden en significantie-niveaus gegeven. Daarmee kan nagegaan worden in hoeverre de bijdragen van de afzonderlijke predictoren betekenisvol zijn.

4.2.2 De relatieve bijdrage van beeldende en discursieve elaboratie aan attitude. Het eerste onderzochte model, is de regressie-gedaante van Figuur 2 hierboven. Dit model, gegeven als (2), gaat dus uit van de twee onafhankelijke variabelen ‘discursieve elaboratie’ (DE), en ‘beeldende elaboratie’ (BE), met ‘attitude’ (A_{ad}) als afhankelijke variabele.

$$(2) A_{ad} = \beta_0 + \beta_1 BE + \beta_2 DE$$

Omdat de door de gehanteerde techniek geschatte regressiegewichten nogal gevoelig zijn voor kanscapitalisatie, is ervoor gekozen om het bestand gegevens in twee delen te splitsen, en de regressie-analyses per gespecificeerd model twee maal uit te voeren. De eerste analyse geldt dan als exploratie van het model, de tweede als ‘toetsing’.¹⁵ Wanneer de geschatte gewichten, verklaarde varianties en de diverse toetsingsgrootheden niet al te drastisch van elkaar afwijken, kan worden geconcludeerd dat de resultaten niet op toeval berusten. Verder is er voor gekozen om de analyses ook voor dit deel van het onderzoek per advertentie uit te voeren (Kaas en KPN).

Overtuigen met visuele en verbale retoriek

Resultaten Kaas

Tabel 3 toont het intercept, de regressie-gewichten en de verklaarde variantie.

Tabel 3 Regressiegewichten en verklaarde variantie (R^2) voor model (2) met 'attitude' als afhankelijke variabele, en BE en DE als onafhankelijke variabelen voor de Kaas-advertentie.

	β_0	β_1	β_2	R^2
Eerste set	1.95	.80	-.20	.51
Tweede set	2.83	.89	-.25	.53

De hoeveelheid verklaarde variantie van het model bleek significant (eerste set: $F(2, 117) = 61.54, p < .001$; tweede set: $F(2, 117) = 65.67, p < .001$). Ook de regressie-gewichten bleken significant (eerste set: $\beta_1: t = 10.90, p < .001$, $\beta_2: t = -2.11, p < .05$; tweede set: $\beta_1: t = 9.49, p < .001$, $\beta_2: t = -2.65, p < .01$). Nemen we het toetsende model als uitgangspunt, dan kan voor de Kaas-advertentie het regressie-model als (3) worden uitgeschreven.

$$(3) A_{ad} = 2.83 + .89BE - .25DE$$

Vergelijking (3) wijst derhalve uit dat 'discursieve elaboratie' allereerst een *negatief* (significant) effect heeft op de attitude ten aanzien van de advertentie. De variabele 'beeldende elaboratie' hangt daarentegen sterk positief samen met de attitude. Wij komen over deze uitkomsten in de slotparagraaf nog te spreken.

Resultaten KPN

Tabel 4 toont het intercept, de regressie-gewichten en de verklaarde variantie voor de KPN-advertentie.

Tabel 4 Regressiegewichten en verklaarde variantie (R^2) voor model (2) met 'attitude' als afhankelijke variabele, en BE en DE als onafhankelijke variabelen voor de KPN-advertentie.

	β_0	β_1	β_2	R^2
Eerste set	1.38	.89	-.17	.66
Tweede set	1.53	.80	-.12	.57

De hoeveelheid verklaarde variantie van het model bleek significant (eerste set: $F(2, 117) = 115.41, p < .001$; tweede set: $F(2, 117) = 76.55, p < .001$). De beide regressie-gewichten bleken alleen voor de eerste set significant (eerste set: $\beta_1: t = 14.27, p < .001$, $\beta_2: t = -2.78, p < .01$). De analyse van de tweede set wees uit dat alleen β_1 significant was ($t = 11.64, p < .001$, $\beta_2: t = -1.77, n.s.$). Nemen we het toetsende model als uitgangspunt, dan kan voor de KPN-advertentie het regressie-model als (4) worden uitgeschreven.

$$(4) A_{ad} = 1.53 + .80BE$$

Uit dit model volgt dat de attitude ten aanzien van de KPN-advertentie alleen betekenisvol voorspeld wordt door de predictor 'beeldende elaboratie'.

4.2.3 De relatieve bijdrage van beeldende en discursieve elaboratie aan moeilijkheid Modelspecificatie

Model (5) representeert de hier onderzochte relaties (M = moeilijkheid). Voor het overige gelden dezelfde overwegingen gegeven in paragraaf 4.2.2.

$$(5) M = \beta_0 + \beta_1 BE + \beta_2 DE$$

Resultaten

Tabel 5 toont het intercept, de regressie-gewichten en de verklaarde variantie, afzonderlijk voor de beide advertenties.

Tabel 5 Regressiegewichten en verklaarde variantie (R^2) voor model (5) met 'moeilijkheid' als afhankelijke variabele en BE en DE als onafhankelijke variabelen.

	β_0	β_1	β_2	R^2
Kaas, eerste set	1.65	-.43	.74	.36
Kaas, tweede set	1.25	-.39	.82	.35
KPN, eerste set	1.72	-.43	.66	.39
KPN, tweede set	1.93	-.53	.81	.43

De verklaarde variantie bleek voor beide advertenties en beide sets significant (Kaas: eerste set $F(2,117) = 33.50$, $p < .001$; tweede set $F(2, 117) = 31.30$, $p < .001$; KPN: eerste set $F(2,116) = 28.33$, $p < .001$; tweede set: $F(2, 116) = 65.62$, $p < .001$). Ook bleek in alle analyses de bijdrage van de regressie-gewichten significant (Kaas, eerste set: β_1 , $t = -4.70$, $p < .001$, β_2 , $t = 8.19$, $p < .001$; tweede set: β_1 , $t = -3.56$, $p < .01$, β_2 , $t = 7.40$, $p < .001$; KPN, eerste set: β_1 , $t = -4.88$, $p < .001$, β_2 , $t = 7.42$, $p < .001$; KPN, tweede set: β_1 , $t = -7.29$, $p < .001$, β_2 , $t = 11.23$, $p < .001$). Uitgaande van de analyses van de tweede sets, kunnen de regressie-modellen dus uitgeschreven worden als in (6).

$$(6) \text{ Kaas: } M = 1.25 - .39 BE + .82 DE$$

$$\text{ KPN: } M = 1.93 - .53 BE + .81 DE$$

Kortom, het beeld is hier omgekeerd aan wat we eerder zagen. De gepercipieerde moeilijkheid wordt in positieve zin voorspeld door de mate van 'discursieve elaboratie' en in negatieve zin door 'beeldende elaboratie'. Aangezien de eerste factor de eind-attitude maar marginaal bepaald, kan voorspeld worden dat de A_{ad} uiteindelijk niet, of slechts in beperkte mate samenhangt met de gepercipieerde moeilijkheid. Ten einde na te gaan of die voorspelling staande gehouden kan worden, is tenslotte nog het model (7) geanalyseerd.

Overtuigen met visuele en verbale retoriek

$$(7) A_{ad} = \beta_0 + \beta_1 M$$

Met inachtneming van de eerder gegeven overwegingen, vermelden we in Tabel 6 de resultaten.

Tabel 6 Regressiegewichten en R^2 voor model (7) met 'attitude' als afhankelijke variabele, en 'moeilijkheid' als verklarende variabele

	β_0	β_1	R^2
Kaas, eerste set	5.29	-.23	.05
Kaas, tweede set	5.19	-.11	.01
KPN, eerste set	4.48	-.27	.07
KPN, tweede set	4.49	-.35	.12

Van belang bij deze analyse is vooral het feit dat de hoeveelheid verklaarde variantie ver achterblijft bij het model (2). Met name bij de Kaas-advertentie wordt A_{ad} maar marginaal verklaard door de gepercipieerde moeilijkheid; een gegeven dat spoort met de toetsingsdata in paragraaf 4.1.2. Voor de tweede set bleek R^2 ook niet (meer) significant ($F(2, 118) = 1.36, p = .25$). Voor zover aanwezig, blijkt het verband met 'moeilijkheid' negatief. β_1 bleek in drie van de vier gevallen significant (Kaas, eerste set: $t = -2.60, p < .05$; tweede set: $t = -1.17, p = .25$; KPN: eerste set: $t = -3.05, p < .05$; tweede set: $t = -4.05, p < .001$).

Betrekken we hierbij nu de gegevens uit Tabel 1 (paragraaf 4.1), dan blijkt dat de advertentie-versies met verbale retoriek aanleiding geven tot een verhoogde discursieve elaboratie. Uit de gegevens in Tabel 6 blijkt voorts dat met name die factor leidt tot een verhoogde gepercipieerde moeilijkheid. Bedenken we tenslotte dat die factor negatief 'laadt' op de eindvariabele A_{ad} , dan kan, met de nodige omhaal, geconcludeerd worden dat, althans in dit onderzoek, de aanwezigheid van verbale retoriek een negatieve uitwerking heeft op de attitude. En daaruit volgt dan weer dat een toename op A_{ad} met name veroorzaakt wordt door de in de advertentie verwerkte beeldretoriek. In de slotparagraaf bespreken we hoe dit resultaat zich verhoudt tot de response-theorie van McQuarrie en Mick, en gaan we bovendien in op de kwestie in hoeverre het experimentele materiaal aanleiding geweest kan zijn tot de geanalyseerde verbanden.

4.2.4 Conclusie. Deze uitstap via een reeks regressie-analyses heeft wellicht flink wat statistische overhead gekost, maar de uitkomsten impliceren een aantal interessante hypothesen voor verder onderzoek naar retoriek en multimodaliteit. Op grond van de analyses trekken we drie conclusies over de relatie tussen de factoren die ons interesseren:

- de attitude die proefpersonen hebben ten opzichte van advertenties is veel sterker geassocieerd met beeldende elaboratie dan met discursieve elaboratie.
- voor moeilijkheid geldt het omgekeerde: die is meer geassocieerd met discursieve dan met beeldende elaboratie
- moeilijkheid en attitude zijn nauwelijks met elkaar geassocieerd.

5. Conclusie en discussie

Uit de resultaten van het eerste (toetsende) onderzoek blijkt dat we de resultaten zoals McQuarrie en Mick die voor Amerikaanse advertenties bij Amerikaanse proefpersonen vonden, konden repliceren voor de Nederlandse situatie. Beide onderzochte advertenties bieden een goeddeels synchroon beeld: de versies met visuele retoriek scoorden vooral op de afhankelijke variabelen ‘beeldende elaboratie’ en ‘attitude ten aanzien van de advertentie’ beter dan de niet-retorische tegenhangers. Die verschillen blijken met name aan de versies zijn toe te schrijven waarin visuele retoriek is verwerkt. Toegenomen ‘discursieve elaboratie’ blijkt vooral een effect van de versies waarin verbale retoriek is verwerkt. Versies met visuele retoriek worden in het algemeen als minder moeilijk beoordeeld, terwijl het omgekeerde opgaat voor de versies met verbale retoriek.

Het exploratieve deel van het onderzoek laat, middels regressie-analyses, zien dat de invloed van retorische figuren op het stelsel van response-variabelen kan worden weergegeven in de vorm van de volgende vier betrekkingen:

1. Retorische figuren hebben een onmiddellijk effect op de hoeveelheid discursieve en beeldende elaboratie; (par. 4.1.1)
2. De ondervonden moeilijkheid blijkt vooral bepaald te worden door de mate van discursieve elaboratie waartoe de advertentieversie aanleiding geeft (par. 4.2.3);
3. Moeilijkheid heeft nagenoeg geen invloed op attitude (par. 4.2.3);
4. De variatie in attitude wordt goeddeels bepaald door de factor ‘beeldende elaboratie’ (4.2.2).

Bij het interpreteren van de resultaten zijn we er – net als McQuarrie en Mick – van uitgegaan dat de gevonden effecten van de beeldversies inderdaad toe te schrijven zijn aan de visuele retoriek die we aan beide advertenties plausibel hebben kunnen toekennen. Maar het is nog maar de vraag of dat ook werkelijk het geval is. Er zijn twee redenen om daar aan te twijfelen.

- Anders dan bij retoriek in tekst levert de manipulatie van het beeld noodzakelijkerwijs allerlei oncontroleerbare visuele eigenschappen en verschillen op. De kans dat bij retorische tekst het verschil in (visueel) woordbeeld een rol speelt in het bepalen van het effect van retorische tekst, is een stuk minder waarschijnlijk dan de kans dat het manipuleren van visuele retoriek andere visuele eigenschappen van de advertentie met zich meebrengt die het effect mee bepalen.
- Uit de resultaten is niet vast te stellen of en in welke mate de proefpersonen de visuele en verbale retoriek ook inderdaad bewust hebben opgemerkt. Zo is het met name bij de versies +B -T de vraag of proefpersonen de retoriek wel hebben opgemerkt.

Om die redenen is het dus niet uitgesloten dat proefpersonen bijvoorbeeld een mildere positievere attitude ontwikkelen tegenover de retorische kaas-visualisering (Figuur 3b), zonder dat ze de retorische lading daarbij hebben gecapteerd. Om die reden zou het verstandig zijn geweest om na het experiment ook expliciet te onderzoeken of proefpersonen de bedoelde retoriek er wel hadden uitgehaald.

Overtuigen met visuele en verbale retoriek

Verder blijkt zelfs na zorgvuldige materiaalconstructie, dat de relatie tussen tekst- en beeldretoriek moeilijk geheel zuiver te manipuleren valt. Zo is het afwijkende beeld in de KPN-advertentie duidelijker dan in de Kaas-advertentie. De rekenmachine lijkt de beeldspraak directer op te roepen dan de loshangende kaas. Eens het beeld van de relatie tussen kaas en tong is opgeroepen, dan wordt ook dat helder. Onduidelijk blijft echter of proefpersonen die koppeling hebben gemaakt. Een vooronderzoek had ook hierover meer helderheid kunnen scheppen.

En dan is er de merkwaardige observatie dat het retorische effect van de ene advertentie (Kaas) nagenoeg uitsluitend veroorzaakt is bij de eerste aanbieding, terwijl diezelfde retoriek in de tweede aanbieding nauwelijks effect bleek te sorteren. Dat geeft aan hoe delicaat de effecten van tekst- en beeldretoriek zijn, hoe broos de moeite is die lezers willen doen om advertenties op te lossen, en hoe onvoorspelbaar deze moeite is en de daaruit voortkomende effecten samenhangen met de manier en hoeveelheid retorisch materiaal dat proefpersonen krijgen aangeboden.

Een laatste methodologische punt: het effect van tekst- en beeldretoriek is in dit onderzoek achteraf gemeten, na de confrontatie met de advertenties. Het verdient aanbeveling om die methode aan te vullen met online-gegevens. Zo zouden oogbewegingspatronen een bijkomend licht kunnen werpen op het relatieve belang van tekst- en beeldretoriek, en op de relatie tussen aandacht voor tekst- en beeldretoriek enerzijds, en waardering ervan. Dat hopen we in vervolgonderzoek dan verder te exploreren.

Los van deze methodologische overwegingen blijft het de vraag in hoeverre het verantwoord is om te spreken van retoriek als we praten over het visuele medium. Vele retorische figuren zijn nauw verbonden met kenmerken van het verbale medium. En de vraag is of de overzetting naar beeld niet steeds meer of andere dingen oplevert dan bij verbale retoriek. Anders gezegd: is visueel rijm echt een vorm van rijm in beeld, of is dat maar bij wijze van spreken zo? Door ons in dit experiment te beperken tot enkele gemanipuleerde versies van advertenties, hebben we weinig vooruitgang geboekt in het definiëren van verschillende soorten van visuele retoriek. Daarvoor lijkt een ruime corpusanalyse aangewezen. Die kan zicht brengen op de vraag welke beeldeigenschappen voor welk type visuele retoriek verantwoordelijk zijn, en welke typen retorische figuren wel en niet gemakkelijk te visualiseren zijn. En pas dan kunnen we ons werpen op de vraag of verschillende typen visuele retoriek ook leiden tot verschillen in effect.

Noten

- 1 Wij danken Carel van Wijk voor zijn adviezen bij de statistische verwerking van de onderzoeksgegevens. Verder zijn we veel dank verschuldigd aan de twee anonieme beoordelaars van dit artikel.
- 2 Maatschappelijk gezien is er natuurlijk behoorlijk wat verschil tussen deze voorbeelden, maar over de wenselijkheid of onwenselijkheid van dit soort communicatie gaat dit artikel niet. Vanuit theoretisch oogpunt zijn de voorbeelden namelijk precies even relevant, en dat is de reden dat wij kiezen voor (product-)advertenties als manifestaties van waar het ons om is te doen: persuasieve communicatie via beeld en tekst.
- 3 Een van de beoordelaars wees ons erop dat dit opgevat kan worden als een 'negatieve beleefdheidsstrategie'. De suggestie van pressie op de lezer wordt verminderd.

- 4 Zie voor een uitvoerige(r) bespreking van deze theorie: Hoeken 1998.
- 5 Intenties worden tevens bepaald door wat Fishbein en Ajzen de *subjectieve norm* noemen. De informatiele basis daarvan betreft met name de overtuigingen van een persoon omtrent het oordeel van anderen over het gedrag in kwestie.
- 6 We zijn er ons wel van bewust dat dit een ietwat grove reductie is van het studiedomein van de klassieke retorica. Dat omvatte (uiteraard) veel meer zaken, zoals bijvoorbeeld de *inventio/topiek* (de leer van het vinden van overtuigende argumenten gegeven een te verdedigen/bestrijden stelling), de *memoria* (procedures voor het uit het hoofd leren van een redevoering). Wat wij hier over retorica te berde brengen, moet men dus als 'retorica in engere zin' beschouwen; in 'klassieke' termen: de *elocutio*.
- 7 Een troop is, volgens Quintilianus (in de vertaling van Piet Gerbrandy), een 'taaluiting die, terwille van verfraaiing van de stijl, van haar natuurlijk en voornaamste betekenis naar een andere is overgebracht; of (...) een mededeling die van de plaats waar zij haar eigenlijke betekenis heeft, is overgebracht naar waar zij die niet heeft (De Opleiding Tot Redenaar, p.442). Omdat er sprake is van een bewuste schending van een 'regel', spreken we over het ontregelende effect van tropen.
- 8 De rol die 'begrijpen' speelt, wordt overigens door auteurs als Petty en Cacioppo genuanceerd: soms kan een 'vol' begrip de persuasieve functie van een boodschap juist in de weg zitten. Daar komt bij dat advertenties voor bepaalde producten (gezondheid, lichamelijke verzorging) juist bewust op imponeren en veel minder op begrip lijken te mikken, wanneer het daarin gaat over – bijvoorbeeld – 'gepatenteerde Lycophence™', of over 'anti-oxidanten'.
- 9 We zijn de studenten van de letterenfaculteit in Tilburg die hebben deelgenomen aan onze cursus Tekst en Beeld, najaar 2000, dankbaar voor de praktische uitvoering van de materiaalconstructie en voor de verzameling van de onderzoeksgegevens.
- 10 Betoogd kan worden dat de impact van beeldretoriek 'alleen' (de +B -T-versie) die van tekstretoriek 'alleen' (de -B +T-versie) zal overtreffen, implicerende dat het =-teken in de hypothese vervangen kan worden door het >-teken. Of dat inderdaad zo is, beschouwen we echter als een empirische vraag.
- 11 Deze gegevens zijn overigens buiten de analyses gehouden.
- 12 Bedacht moet hierbij worden dat zulks strikt gesproken van driekwart van de antwoorden onmogelijk was.
- 13 De volledigheid gebiedt ons nog te melden dat de effecten van de Kaas-advertentie zoals hier gerapporteerd vrijwel geheel veroorzaakt zijn door de omstandigheid dat de betreffende advertentie door de proefpersonen als eerste in beschouwing werd genomen. Zoals aangegeven was het design gebalanceerd voor aanbiedingsvolgorde. Een aparte analyse met die variabele als additionele factor wees uit dat er voor vrijwel alle afhankelijke variabelen evidente interactie-effecten bestonden tussen de factoren 'beeldretoriek', 'tekstretoriek' en 'aangebiedingsvolgorde'. Hoewel wij geen aanwijzingen hebben dat de proefpersonen de KPN-advertentie *overall* beter waardeerden, is het blijkbaar zo geweest dat men, wanneer die als eerste beschouwd was, de retorische versies van de Kaas-advertentie lager waardeerde, en die ook geen aanleiding meer gaf tot intensievere elaboratie. Opmerkelijk genoeg bleek er van een aanbiedingsvolgorde-effect bij de KPN-advertentie in het geheel geen sprake.
- 14 Hierbij dient overigens te worden bedacht dat de hogere waardering voor (de beeldretoriek in) de Kaas-advertentie niet per se aan die factor toegeschreven behoeft te worden. Het kan zijn dat het 'stemmige' beeld aan die waardering heeft bijgedragen, een veronderstelling die geschraagd wordt door het gegeven dat de verschillen tussen +B en -B voor deze advertentie veel kleiner waren dan voor de KPN-advertenties (4 versus 18 procent verklaarde variantie).
- 15 Deze keuzes zijn ons van harte aanbevolen door een van de (anonieme) reviewers van dit artikel. Wij danken hem of haar daarvoor zeer.

- Brown, S.P. & Stayman, D.M.** (1992). Antecedents and consequences of attitude toward the ad: A meta-analysis. *Journal of Consumer Research*, 19, 34–51
- Chow, S.L.** (1988). Significance Test or Effect Size? *Psychological Bulletin*, 103, 105–110
- Fishbein, M. & Ajzen, I.** (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: an introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Forceville, Ch.** (1994). *Pictorial Metaphor in Advertising*. Academisch Proefschrift. VU Amsterdam.
- Hoeken, H.** (1998). *Het ontwerp van overtuigende teksten*. Bussum: Uitgeverij Coutinho.
- Kintsch, W.** (1998). *Comprehension: a paradigm for cognition*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Maes, A. & Schilperoord, J.** (2002). Moeilijk lezen makkelijk maken, of omgekeerd. Het effect van beeld op tekst. In: J. Kurvers & P. Mooren (red.) *Moeilijk lezen makkelijk maken*. 157–175. Den Haag: Biblion.
- Mc Quire, W. J.** (1969). The nature of attitudes and attitude change. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), *Handbook of Social Psychology*, (135–148). Reading, MA: Addison-Wesley.
- Mc Quarrie, E.F. & Mick, D.G.** (1992). On resonance: a critical pluralistic inquiry into advertising rhetoric. *Journal of Consumer Research*, 19, 180–197.
- Mc Quarrie, E.F. & Mick, D.G.** (1999). Visual rhetoric in advertising: text-interpretative, experimental, and reader-response analyses. *Journal of Consumer Research*, 26, 37–54.
- Mc Quarrie, E.F. & Mick, D.G.** (1996). Figures of rhetoric in advertising language. *Journal of Consumer Research*, 22, 424–437.
- Nooij A.** (1995). *Variabelen en modellen. Multivariate analyse in het sociaal-wetenschappelijk onderzoek*. Amsterdam: Boom.
- Petterson, R.** (1998). *Image functions in information design*. The 30th annual conference of the International Visual Literacy Association. Athens GA: University of Georgia.
- Petty, R.E. & Cacioppo, J.T.** (1986). *Communication and persuasion: central and peripheral routes to attitude change*. New York: Springer.
- Quintilianus.** *Institutio oratoria (De opleiding tot redenaar)*. Vertaald, ingeleid en van aantekeningen voorzien door Piet Gerbrandy (2001). Groningen: Historische Uitgeverij.
- Scott, L. M.** (1994a). Images in advertising: the need for a theory of visual rhetoric. *Journal of Consumer Research*, 21, 252–273
- Scott, L. M.** (1994b). The bridge from text to mind: adapting reader-response theory to consumer research. *Journal of Consumer Research*, 21, 461–480.

Indicatoren van vergelijingsargumentatie

1. Aanwijzingen voor de reconstructie van de vergelijingsrelatie

Aan elke argumentatie ligt een argumentatieschema ten grondslag waarmee een specifieke rechtvaardigingsrelatie wordt gelegd tussen het argument en het standpunt. Binnen de pragmatodialectische benadering worden drie hoofdklassen van argumentatieschema's onderscheiden: de argumentatie kan gebaseerd zijn op een causale relatie, op een vergelijkingsrelatie of op een kentekenrelatie.¹

Een centrale vraag bij de beoordeling van een betoog is of de argumentatieschema's die door de verdediger van een bepaald standpunt worden gebruikt correct zijn toegepast. Voor elk type argumentatie gelden specifieke beoordelingsnormen: afhankelijk van het soort rechtvaardigingsrelatie dat door de protagonist van een bepaald standpunt gelegd wordt, zijn verschillende kritische vragen relevant. Wie gebruik maakt van een bepaald argumentatieschema, zet daarmee de eerste stap van een dialectische toetsingsprocedure die inhoudt dat bepaalde vormen van kritiek bestreden moeten worden om het standpunt met succes te kunnen verdedigen.² De verdediger van een bepaald standpunt kan anticiperend op de te verwachten kritiek een bepaald vervolg aan zijn argumentatie geven waarin hij op relevante tegenwerpingen ingaat. In een geëxternaliseerde discussie zullen de reacties van de tegenstander betrekking hebben op de voor het schema in kwestie relevante beoordelingskwesties. Niet alleen de presentatie van de argumentatie zelf, maar ook de kritische reacties van de tegenstander en het vervolg dat de spreker of schrijver aan zijn argumentatie geeft kunnen daarom aanwijzingen verschaffen over de aard van de relatie tussen argument en standpunt.²

Het onderzoek naar aanwijzingen die gebruikt kunnen worden bij de reconstructie van het type argumentatie maakt deel uit van een breder onderzoekproject naar argumentatieve indicatoren dat ik samen met Frans van Eemeren en Peter Houtlosser uitvoer. Het onderzoekproject naar argumentatieve indicatoren wordt binnen het theoretische kader van de

Samenvatting

In dit artikel wordt nagegaan van welke aanwijzingen in de verbale presentatie een analysator gebruik kan maken bij het reconstrueren van vergelijkingsargumentatie. Achtereenvolgens komen aan de orde: 1) aanwijzingen in de presentatie van de relatie, 2) aanwijzingen die ontleend kunnen worden aan de manier waarop de antagonist de argumentatie kritiseert en 3) aanwijzingen in de manier waarop de protagonist op deze kritiek reageert of anticipeert door aanvullende argumenten naar voren te brengen.

Indicatoren van vergelijkingsargumentatie

pragma-dialectische benadering van argumentatie uitgevoerd. Doel van het project is op systematische wijze de verbale middelen te beschrijven waarmee in het Nederlands een argumentatieve functie van taalgebruik tot uitdrukking kan worden gebracht, deze middelen te classificeren in termen van het ideaalmodel voor kritische discussies en de voorwaarden te identificeren waaronder de verschillende soorten middelen een bepaalde argumentatieve functie kunnen vervullen.

In het argumentatieve indicatorenproject wordt aandacht besteed aan alles wat voor een analytisch overzicht van een betoog of discussie en daarmee voor de beoordeling van het betoog of de discussie van belang is, zoals het geschiltype, de argumentatiestructuur en de gebruikte argumentatieschema's.³ Per discussiefase wordt nagegaan welke woorden en uitdrukkingen als indicator kunnen fungeren van de in die fase relevante zinnen en van de relaties tussen de zinnen. Ook de context wordt bij het onderzoek betrokken: aanwijzingen zijn niet alleen te vinden in de presentatie van de zet of van de relatie zelf, maar ook in wat eraan voorafgaat en in het vervolg dat de ene partij of de andere partij aan de discussie geeft.

In dit artikel wordt nagegaan van welke aanwijzingen in de verbale presentatie een analysator die vanuit dialectisch perspectief werkt, gebruik kan maken bij het reconstrueren van vergelijkingsargumentatie. Ik zal eerst een karakterisering geven van de vergelijkingsrelatie. Uitgaande van deze karakterisering zal ik vervolgens verantwoorden waarom bepaalde uitdrukkingen een aanwijzing kunnen zijn voor de vergelijkingsrelatie of aspecten daarvan en in welke uitspraken uit het schema van de vergelijkingsrelatie deze aanwijzingen kunnen voorkomen. Ik onderscheid drie typen aanwijzingen: 1) aanwijzingen in de presentatie van de relatie, 2) aanwijzingen die ontleend kunnen worden aan de manier waarop de antagonist de argumentatie kritiseert en 3) aanwijzingen in de manier waarop de protagonist op deze kritiek reageert of (in het geval van een impliciete discussie) anticipeert door aanvullende argumenten naar voren te brengen. Ten slotte zal ik een aantal problemen behandelen die bij het reconstrueren van het argumentatieschema gebaseerd op een vergelijkingsrelatie kunnen optreden.

2. Karakterisering van de vergelijkingsrelatie

Kenmerkend voor argumentatie gebaseerd op een vergelijkingsrelatie is volgens Van Eemeren en Grootendorst (1992) dat iemand een ander probeert te overtuigen door te laten zien dat iets overeenkomsten vertoont met iets anders:

The argumentation is presented as if there were a resemblance, an agreement, a likeness, a parallel, a correspondence or some other kind of similarity between that which is stated in the argument and that which is stated in the standpoint. (1992, p. 97)

Van Eemeren, Grootendorst en Snoeck Henkemans (1995, p. 89) geven het volgende algemene schema voor vergelijkingsargumentatie:

Voor X geldt Y,
want voor Z geldt Y
en X is vergelijkbaar met Z

Met behulp van dit argumentatieschema kan bijvoorbeeld aannemelijk worden gemaakt dat een bepaald *oordeel* over X op zijn plaats is, omdat Z ook op een dergelijke manier kan worden beoordeeld, en Z in relevante opzichten met X overeenkomt:

- (1) Mensen die leven van een uitkering kunnen best rondkomen van 500 euro per maand. De meeste studenten kunnen daar ook van rondkomen (en studenten zijn vergelijkbaar met mensen die leven van een uitkering).

De vergelijking wordt niet alleen aangewend om een bepaald oordeel te rechtvaardigen, maar ook wel om een *voorspelling* te doen, zoals in voorbeeld (2):

- (2) De afkeer die Bouazza toont voor degenen die de vlinder van zijn verbeelding willen vastpinnen achter glas, wordt publiekelijk gedeeld door de meeste jonge schrijvers van allochtone afkomst. [...] Daarom is het ook zo goed dat de CPNB dit jaar het schrijven tussen twee culturen tot thema van de Boekenweek heeft gemaakt. Van alle thema's van de voorafgaande jaren is ná de Boekenweek namelijk nooit meer iets vernomen – van God niet, van het Nederlandse landschap niet, van de klassieken niet. Hetzelfde zal gebeuren met de schrijver tussen twee culturen. (*NRC Handelsblad Scholieren*, 16 oktober 2002)

Er zijn een aantal subtypen van vergelijkingsargumentatie. Een eerste subtype is de *analogie* of *figuurlijke vergelijking*. Anders dan bij de gewone vergelijking zijn de vergeleken zaken uit verschillende gebieden of domeinen afkomstig. De vergelijking heeft dan ook niet zozeer betrekking op een overeenkomst in concrete eigenschappen, maar op de wijze waarop de eigenschappen van de ene zaak en van de andere zaak zich tot elkaar verhouden.⁴ Zo wordt in voorbeeld (3) met behulp van analogie-argumentatie het standpunt verdedigd dat het weinig zin heeft om onderzoek te doen in grotten, mijnen en boorschachten als het erom gaat meer te weten te komen over het binnenste van de aardbol. Deze manier van werken is volgens de auteur net zo zinloos als het verwijderen van de schil van een appel om te weten te komen hoeveel pitjes erin zitten:

- (3) Het is lastig om meer te weten te komen over het binnenste van de aardbol. Onderzoek in grotten, mijnen en boorschachten helpt daar weinig bij, verhoudingsgewijs is dat **hetzelfde als** de schil van een appel halen om te zien hoeveel pitjes erin zitten. (*Reformatorisch Dagblad*, 31 augustus 1999)

Vergelijkingsargumentatie wordt niet alleen gebruikt om te verdedigen dat iets op een bepaalde manier gezien of behandeld moet worden omdat dit in een vergelijkbaar geval ook zo gebeurt, maar ook om kritiek te leveren op de argumentatie van een tegenstander. Govier spreekt in dit verband van 'the negative use of logical analogy'. Zij beschrijft deze techniek als volgt:

The negative use of logical analogy is found in the technique of refuting arguments by citing parallel flawed arguments. If two arguments are fundamentally similar as to structure, and the first is flawed, that refutes the second. (1987: 59)

Indicatoren van vergelijkingsargumentatie

Het negatieve gebruik van vergelijkingen (dat wil zeggen: als aanvalstechniek) is een tweede subtype van vergelijkingsargumentatie.

Een derde subtype van vergelijkingsargumentatie is argumentatie waarin een beroep wordt gedaan op het *rechtvaardigheidsbeginsel*. In dergelijke argumentatie wordt aannemelijk gemaakt dat een bepaalde persoon (of een bepaald geval) op een bepaalde manier behandeld moet worden door te verwijzen naar de regel dat mensen die zich in dezelfde situatie bevinden op dezelfde wijze behandeld moeten worden (of dat vergelijkbare gevallen eenzelfde behandeling vergen). Het is de vergelijkbaarheid van de gevallen, in combinatie met de conventionele aanvaardbaarheid van het principe 'gelijke monniken, gelijke kappen' die aan deze vorm van argumentatie zijn overtuigingskracht verleent.

Bij vergelijkingsargumentatie kunnen de volgende kritische vragen worden gesteld:

- (1) Zijn de vergeleken zaken wel vergelijkbaar?
- (2) Zijn er relevante verschillen tussen de vergeleken zaken?

Wil de vergelijkingsargumentatie deugdelijk zijn, dan moeten de eerste vraag bevestigend beantwoord kunnen worden en de tweede ontkennend. Voor de verschillende subtypen van vergelijkingsargumentatie moeten deze vragen soms enigszins worden aangepast of worden aangevuld met andere vragen. Zo moet de antagonist zich bij de beoordeling van analogie-argumentatie niet op de concrete eigenschappen van de vergeleken zaken richten, maar nagaan of er op een abstracter niveau overeenkomst is tussen de vergeleken gevallen.

3. Aanwijzingen in de presentatie van vergelijkingsargumentatie

Uitdrukkingen waarmee de vergelijkingsrelatie wordt aangeduid

Er zijn een aantal uitdrukkingen waarmee expliciet kan worden aangegeven dat twee personen of zaken met elkaar te vergelijken zijn. Dit zijn in de eerste plaats uitdrukkingen waarin afleidingen van het werkwoord 'vergelijken' voorkomen. Een van de betekenissen van 'vergelijking' is volgens het WNT 'het naast elkaar stellen van verschillende personen of zaken om aan te geven dat er zekere overeenkomsten tussen bestaan'. Andere termen waarmee aangegeven kan worden dat er tussen zaken of personen overeenkomsten bestaan, zijn bijvoorbeeld 'equivalent' (gelijkwaardig) of 'parallel' (in dezelfde richting gaande, in aard overeenkomende, gelijk) en 'doen denken aan' (herinneren aan, gelijken op). De uitdrukkingen in het volgende lijstje zijn voorbeelden van manieren waarop een van de twee argumentatieve uitspraken uit het argumentatieschema van vergelijking, de uitspraak 'X is vergelijkbaar met Z', kan worden verwoord:

- X is te vergelijken met Z
- X is vergelijkbaar met Z
- Vergelijk X met Z
- X is het equivalent van Z
- Er is een parallel (te trekken) tussen X en Z
- X doet denken aan Z

In de voorbeelden (4) tot (6) komen dergelijke uitdrukkingen voor:

- (4) Tienduizenden vrouwen, kinderen en bejaarden trekken naar het naburige Ingoesjetië. De Ingoesjetische premier Achmed Malsagov is bang dat er tienduizenden zullen volgen en waarschuwt voor een humanitaire ramp. 'Dit **is te vergelijken met Kosovo**', zei hij. 'Daar moesten ze ook alles achterlaten en vluchten ze ook alle kanten op.' (*de Volkskrant*, 27 september 1999)
- (5) Temidden van de over elkaar heenrollende, hevig verontwaardigde politici, liet Conservatief parlamentslid Alan Clark een fris geluid horen. Volgens hem deden de 'dappere fans' in Marseille niets anders dan zich verdedigen tegen 'jegens Engelsen hevig bevooroordeelde' Franse politie-agenten en supporters van de tegenpartij. [...] Bovendien, vond Clark, vormen voetbalwedstrijden heden ten dage **het equivalent** van de 'middeleeuwse steekspelen', dus was het 'volkomen natuurlijk dat onze jongens een beetje recalcitrant werden'. (*de Volkskrant*, 19 juni 1998)
- (6) Naar verwachting veertig miljoen blanco cd-schijfjes worden dit jaar verkocht, en kennelijk is dat zorgwekkend genoeg om te proberen een mentaliteitsverandering door te voeren. **Het doet denken aan** dat andere gevecht tegen de bierkaai: de campagne tegen zwartwerken. (*de Volkskrant*, 25 oktober 1999)

In voorbeeld (4) trekt Malsagov een vergelijking met de situatie in Kosovo om aannemelijk te maken dat er een humanitaire ramp dreigt in Ingoesjetië. In voorbeeld (5) verdedigt Alan Clark het standpunt dat het volkomen natuurlijk was dat de Engelse supporters 'een beetje recalcitrant werden' door een vergelijking te trekken tussen de functie van de voetbalwedstrijden heden ten dage en die van de middeleeuwse steekspelen. In voorbeeld (6) ten slotte, wordt een vergelijking getrokken met een andere campagne die weinig effect gesorteerd heeft – de campagne tegen zwartwerken – om aannemelijk te maken dat ook de campagne tegen het kopiëren van cd's zinloos zal zijn.

Er zijn ook uitdrukkingen die weliswaar niet expliciet tot uitdrukking brengen dat er sprake is van een vergelijkingsrelatie, maar die toch een sterke aanwijzing vormen voor het feit dat er in de argumentatie van een dergelijke relatie tussen zaken of personen wordt uitgegaan. Zo kan er op een overeenkomst tussen twee zaken of personen gewezen worden door het gebruik van het *voegwoord van vergelijking* 'als'. Volgens het WNT dient dit voegwoord om de twee termen van een vergelijking te verbinden en heeft het in dat geval de volgende betekenis:

Het zegt dan ongeveer hetzelfde als *gelijk*, doch in zwakkere opvatting, daar *gelijk* meer bepaald te kennen geeft, dat men de beide termen gelijkstelt, terwijl *als* op zich zelf, niet voorafgegaan van enige versterkende uitdrukking, eenvoudig strekt om een overeenkomst aan te wijzen.

Als gaat vaak vergezeld van 'zo', of van andere woorden die de gelijkstelling of overeenkomst tot uitdrukking brengen, zoals 'even', 'evenzo', 'net', 'dezelfde' en 'hetzelfde'. In combinatie met *als* geven deze uitdrukkingen aan dat er tussen twee zaken overeenkomsten bestaan. Wanneer dergelijke uitdrukkingen voorkomen in de argumentatie is dit een sterke aanwijzing dat de argumentatie op een vergelijkingsrelatie is gebaseerd :

Indicatoren van vergelijkingsargumentatie

- X is (doet) hetzelfde als Z
- X is net als/zoals Z
- X is net zoiets als Z
- X (persoonsvorm) net zoveel als Z

In de voorbeelden (7) en (8) komen deze uitdrukkingen voor:

- (7) Scholen worden verplicht leerlingen periodiek op hun verblijfsstatus te controleren. [...] De heer Geurts, directeur van de Emilie Knappert-school, ziet de verklikkersmaatschappij die het gevolg is van de wet niet zitten: “Dat **is hetzelfde als** iets van je burens weten en dat moeten aangeven. Wij dienen het belang van de leerling, met of zonder verblijfsvergunning”. (www.gebladerte.nl/101961/12/htm)
- (8) Vliegtuigmaatschappij British Airways heeft aartsrivaal Virgin afgetroefd op het spoor. BA mag van de Britse overheid samen met de Engelse busmaatschappij National Express en de Franse en Belgische spoorwegen tot 2010 de Eurostar, de treinverbinding tussen Parijs en Londen, exploiteren. [...] ‘BA die rol geven, is **net zoiets als** koning Herodes hoofd van de kleuterschool maken’, brieft directeur S. Haji-Ionnaou van de goedkope luchtvaartmaatschappij Easyjet. (*de Volkskrant*, 5 juni 1998)

Uitdrukkingen die verwijzen naar een aspect van de vergelijkingsrelatie

Naast de al genoemde uitdrukkingen waarmee kan worden aangegeven dat er een vergelijking wordt getrokken tussen twee zaken, zijn er ook uitdrukkingen waarmee op een indirectere manier kan worden aangegeven dat er een vergelijking wordt gemaakt tussen personen, situaties of zaken. In dergelijke uitdrukkingen wordt een bepaald aspect van de vergelijkingsrelatie benadrukt. Het gaat het hierbij om uitdrukkingen waarmee een bepaalde overeenkomst tussen personen of zaken wordt aangeduid, zonder dat expliciet wordt aangegeven dat er een vergelijking getrokken wordt. De volgende uitdrukkingen zijn hier voorbeelden van:

- ook
- eveneens
- evenzeer
- evenzo
- evenveel
- hetzelfde
- soortgelijk(e)
- beide(n) (zijn, hebben, etc.)

Dergelijke uitdrukkingen kunnen zowel in het standpunt als in het argument ‘Voor Z geldt Y’ voorkomen en vormen in beide gevallen een aanwijzing dat er wel eens van vergelijkingsargumentatie sprake zou kunnen zijn.

In de voorbeelden (9) tot (12) worden een aantal van deze uitdrukkingen gebruikt:

- (9) Wat de pinksterdagen betreft moet naar onze mening de regering/parlement een lijn trekken naar alle werkende groepen toe; als het is afgeschaft voor het kantoor- en winkelpersoneel en andere groepen werknemers dan MOET **hetzelfde** voor de scholen gelden. (N. Kalpoe, *De Ware Tijd*, 24 april 2001)
- (10) Om de kans op hart- en vaatziekten te verminderen is het goed om zoveel mogelijk onverzadigde vetten te kiezen [...] Een te veel aan vet in welke vorm dan ook is ongezond. Het is dus **eveneens** niet verantwoord veel producten met onverzadigde vetten te consumeren. (www.dietistennet.nl)
- (11) Wie kinderen toegang geeft tot Internet moet ook verantwoordelijkheid nemen. Je stuurt een peuter **ook** niet met een driewieler de snelweg op, in de verwachting dat anderen wel zullen uitkijken. (*de Volkskrant*, 26 oktober 1996)
- (12) Getergd is hij erover dat de media hun pijlen alleen hebben gericht op commissaris van de koningin Leemhuis. ‘Het hoofd financiën, de griffier en de gedeputeerde voor financiën treft **evenveel**, zo niet meer blaam.’ (*de Volkskrant*, 2 oktober 1999)

In voorbeeld (9) verdedigt Kalpoe het standpunt dat als de pinksterdagen worden afgeschaft voor bepaalde categorieën personeel, dit ook voor het in scholen werkzaam personeel moet gelden. In voorbeeld (10) wordt betoogd dat het niet verantwoord is om veel producten met (op zich gezonde) onverzadigde vetten te kiezen, net zomin als het verantwoord is om veel producten met verzadigde vetten te kiezen: in beide gevallen geldt dat een teveel aan vet ongezond is. De auteur van voorbeeld (11) vindt dat ouders en opvoeders hun verantwoordelijkheid moeten nemen als ze kinderen toegang tot internet geven. Ter ondersteuning gebruikt hij een analogie. In voorbeeld (12) wordt het (impliciete) standpunt verdedigd dat het niet terecht is dat de media alleen kritiek hebben geuit op de commissaris van de koningin. Dit omdat andere betrokken evenveel blaam treft. De auteur doet hiermee dus impliciet een beroep op het rechtvaardigheidsbeginsel dat gelijke gevallen gelijk behandeld moeten worden.

Uitdrukkingen waarmee subtypen van de vergelijkingsrelatie kunnen worden aangeduid

a. Figuurlijke vergelijking en negatieve vergelijkingsargumentatie

De hiervoor behandelde voorbeelden (8) en (11) waren analogieën of figuurlijke vergelijkingen. Dezelfde indicatoren die ter aanduiding van gewone vergelijkingen kunnen worden gebruikt kunnen dus ook in figuurlijke vergelijkingen voorkomen. Daarnaast is er ook een uitdrukking die bij uitstek geschikt lijkt te zijn voor het aanduiden van figuurlijke vergelijkingen: het voegwoord van wijze *alsof*. Het WNT geeft de volgende omschrijving van het gebruik van *alsof*:

Alsof wordt gebezigd aan het hoofd van een bijzin, behelzende een ondersteld geval, waarmee de inhoud van de hoofdzin wordt vergeleken, om de wijze aan te duiden van de handeling of het voorval, daarin vermeld. [...] Het onderstelde geval, dat tot vergelijking dient, wordt uit de aard der zaak aangemerkt als iets dat in werkelijkheid niet bestaat, maar alleen in schijn zich voordoet.

Van Es en Caspel (1975: 165) noemen als een van de betekenisschakeringen van zinnen met *alsof* ‘die van een irreële *vergelijking* of een onderstelde (maar niet waar gebleken) *overeenkomst*.’ Het gaat bij *alsof* dus om een *niet-reële* vergelijking van de wijze waarop gebeurtenissen plaats-

Indicatoren van vergelijkingsargumentatie

vinden of handelingen worden uitgevoerd en dat maakt deze uitdrukking een geschikte indicator voor figuurlijke vergelijkingen. In de voorbeelden (13) en (14) wordt *alsof* gebruikt als indicator van een figuurlijke vergelijking:

- (13) Het is onduidelijk wat er nog over is van Khatami's populariteit, die hem anderhalf jaar geleden zijn enorme overwinning bij de presidentsverkiezingen bezorgde. In willekeurige gesprekken op straat uiten opvallend veel mensen zich sceptisch. 'Khatami of de conservatieven, het zijn allemaal mullahs', schamper ingenieur Ali, '**alsof** je moet kiezen tussen Pepsi Cola of Coca Cola...' (*de Volkskrant*, 26 februari 1999)
- (14) De nieuwe minister van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, Klaas de Vries, staat niet bekend als iemand die overdrijft. Maar als hij het over de werkdruk van zijn huidige baan heeft, worden de vergelijkingen steeds erger. '**Het is alsof** je elke dag tien keer met de fiets de Alpe d'Huez op moet.' (*de Volkskrant*, 9 december 1998)

Ook bij negatieve vergelijkingsargumentatie, die wordt gebruikt om iemands argumentatie te bekritisieren, wordt de indicator *alsof* wel gebruikt. Er wordt dan een vergelijking mee geïntroduceerd tussen de argumentatie van de tegenstander en een ander argument dat onhoudbaar of absurd is. Het irrealistische karakter van het argument dat met *alsof* wordt ingeleid heeft dan betrekking op de onhoudbaarheid, aperte onjuistheid of absurditeit van dat argument:

- (15) De Nederlandse justitie weigert serieus werk te maken van de digitale verspreiding van kinderpornografie. Niet omdat het een overschat probleem is, maar omdat Internet zo ingewikkeld is. Dat laatste is ongeveer het meest afgrijselijke argument dat een mens kan bedenken. **Het is alsof** agenten geen cursus strafrecht krijgen, 'omdat al die wetten zo complex zijn'. **Of alsof** je te horen krijgt 'ja meneer, u verwacht toch niet dat we nu meteen al ons werk laten vallen', als je een bankoverval meldt. (*de Volkskrant*, 31 mei 1997)

Naast de indicator *alsof* wordt voor de aanduiding van negatieve vergelijkingsargumentatie vaak een vast stramen gebruikt: eerst wordt met behulp van uitdrukkingen van gelijkstelling of overeenkomst ('dat is hetzelfde als', 'dat is net zoiets als', 'ook', 'als') een vergelijkingsrelatie aangeduid. Vervolgens wordt een uitdrukking gebruikt waarmee een negatief oordeel wordt uitgesproken over de wijze van argumenteren die tot onderwerp van de vergelijking dient. Dit negatieve oordeel is soms expliciet geformuleerd ('Schei nou toch uit'). In andere gevallen wordt de uitdrukking '(dan is het/zeg je) toch ook niet' gebruikt om duidelijk te maken dat men in het analoge geval niet de conclusie zou trekken die in de bekritiseerde argumentatie wel getrokken wordt. In de volgende voorbeelden van negatieve vergelijkingsargumentatie treffen we dit patroon aan:

- (16) Seksexploitanten riskeren intrekking van de beschikking als ze vrouwen zonder verblijfsvergunning [...] een kamer verhuren. Patijn veegt hun bezwaren rigoureuus van tafel: 'Ze zeggen dat ze de vrouwen niet in dienst hebben. **Dat is hetzelfde als** de koffieshophouder die zegt niks te maken te hebben met een meneer aan een tafeltje in zijn zaak, die drugs verkoopt. **Schei nou toch uit!** Zo schijnheilig gaan we niet met elkaar om. Ik vind dat de exploitant verantwoordelijk is voor alles wat er in zijn pand gebeurt.' (*de Volkskrant*, 23 oktober 1996)

- (17) Afstand nemen van Kohl ‘zou de vernietiging van de partij betekenen’. De gewone partijleden in zijn kieskring willen weliswaar dat alles boven tafel komt, maar dan zonder dat Kohl wordt beschadigd. ‘We zijn **als** een familie’, zegt een vrouwelijke gedelegeerde. ‘We moeten nu saamhorig zijn. Je gooit je vader **toch ook niet** het huis uit als hij in de tuin van de buren de kersenboom heeft omgehakt?’ (*de Volkskrant*, 14 december 1999)

In voorbeeld (16) veegt Patijn het argument van de seksexploitanten dat ze de vrouwen aan wie zij een kamer verhuren niet in dienst hebben en dat het daarom niet aan hen is om te controleren of die vrouwen wel een verblijfsvergunning hebben van tafel: zo’n manier van redeneren is net zo onacceptabel als wanneer een koffieshophouder meent dat hij niet hoeft in te grijpen als er iemand in zijn zaak drugs verkoopt, omdat hij niets met die persoon te maken heeft. Volgens Patijn is de exploitant in alle gevallen verantwoordelijk voor wat er in zijn pand gebeurt, ongeacht de vraag of er sprake is van een dienstverband.

In voorbeeld (17) meent een vrouwelijke gedelegeerde dat het niet goed zou zijn wanneer de partijleden afstand nemen van Kohl nu hij beschuldigd is van illegale fondswerving voor de CDU. Wanneer de partij zo zou reageren, zou dat te vergelijken zijn met je vader het huis uitzetten wanneer hij in de tuin van de buren de kersenboom heeft omgehakt, een handelwijze die evenmin te billijken zou zijn.

b. Vergelijkingsargumentatie gebaseerd op het rechtvaardigheidsbeginsel

In de voorbeelden (9) en (12) was sprake van vergelijkingsargumentatie waarin een beroep werd gedaan op het rechtvaardigheidsbeginsel. Ter aanduiding van dit type argumentatie kunnen dus in ieder geval de algemene indicatoren worden gebruikt waarmee op een overeenkomst tussen twee zaken of personen wordt gewezen. Daarnaast zijn er ook een paar uitdrukkingen die specifiek zijn voor argumentatie gebaseerd op het rechtvaardigheidsbeginsel:

- X moet net zo behandeld worden als Z
- X..., dan Z ook
- Waarom wel X, en niet Z?

Deze uitdrukkingen zijn een aanwijzing dat er sprake is van vergelijkingsargumentatie gebaseerd op het rechtvaardigheidsbeginsel, omdat er òf expliciet mee wordt uitgedrukt dat twee gevallen op dezelfde manier behandeld dienen te worden (‘X moet net zo behandeld worden als Z’), òf mee wordt aangegeven dat een bepaald gedrag ten opzichte van X als consequentie heeft dat dit gedrag ook voor Z moet gelden (‘X, dan ook Z’), òf omdat ermee wordt aangeduid dat een niet-gelijke behandeling inconsequent zou zijn (Waarom wel X, en niet Z?). In de volgende voorbeelden komen deze uitdrukkingen voor:

- (18) Het roken van sigaren en pijpen is net zo schadelijk voor de gezondheid als het roken van sigaretten. Volgens de gezondheidsorganisatie is het nu tijd de wettelijke consequenties te trekken. Pijp en sigaar moeten op het gebied van reclameverboden, belastingen en gezondheidswaarschuwingen **net zo behandeld worden** als de sigaret. (Reformato-
risch Dagblad, 20 april 1999)
- (19) Vijf jaar geleden schaarde de feministische beweging zich zonder aarzelen achter Anita Hill, de juriste die de conservatieve kandidaat voor het Hoogerechtshof Clarence Tho-

Indicatoren van vergelijkingsargumentatie

mas betichtte van ongewenste seksuele intimiteiten. ‘Waar zijn die vrouwenorganisaties nu? Waarom steunden zij Anita Hill **wel** en waarom komen zij **niet** op voor Paula Jones?’ aldus Joseph Cammarata, advocaat van de vrouw die de president van de Verenigde Staten heeft aangeklaagd wegens seksuele intimidatie. (*de Volkskrant*, 15 januari 1997)

(20) ‘Gümüs terug? **Dan** illegale topvoetballers **ook**’ (*de Volkskrant* 17 november 1999)

4. Aanwijzingen in de kritiek en het vervolg op vergelijkingsargumentatie

Dat er sprake is van vergelijkingsargumentatie blijkt soms uit het gebruik van bepaalde uitdrukkingen waarmee expliciet wordt aangegeven dat een bepaalde vergelijking niet deugdelijk is. Voorbeelden van dergelijke uitdrukkingen zijn:

- De analogie/vergelijking is gezocht
- De vergelijking gaat niet op
- Je vergelijkt appels met peren
- X is niet te vergelijken met Z/Je kunt X niet vergelijken met Z

In de voorbeelden (21) en (22) komen deze uitdrukkingen voor:

(21) Elke dag om drie uur doet het hoofd van de NAVO-voorlichtingsdienst, Jamie Shea, een poging nieuwe soundbites te bedenken over de oorlog en over het karakter van Milosevic. **Zijn analogieën worden al gezocht**. In het begin van de week vergeleek hij de slagvelden van Kosovo met de ‘killing fields’ van Cambodja. **Die vergelijking gaat niet op**: Pol Pot joeg ongeveer 1,7 miljoen Cambodjanen de dood in. Wat in Kosovo gebeurt, is tragisch, maar benadert nog niet de verschrikkingen van het Cambodja van de jaren zeventig. (*de Volkskrant*, 2 april 1999)

(22) Volgens [Knappe] lopen patiënten die van niet-anesthesisten een roesje krijgen vijfmaal meer kans te overlijden dan bij een volledige narcose door een anesthesist. Knappe baseert zich hierbij op Brits onderzoek. **Hij vergelijkt appels met peren**, zegt dr. H. Muller, voorzitter van de Nederlandsche Internisten Vereeniging (NIV). **Je kunt de Nederlandse ziekenhuizen absoluut niet vergelijken** met de vaak slecht uitgeruste Britse.’ (*de Volkskrant*, 17 juni 1998)

Ervan uitgaande dat Jamie Shea de slagvelden van Kosovo vergelijkt met de ‘killing fields’ van Cambodja om daarmee de ernst van de situatie in Kosovo en de slechtheid van Milosevic aan te tonen (voorbeeld 21), kan de kritiek dat wat in Kosovo gebeurt niet te vergelijken is met de situatie in Cambodja in de jaren zeventig als kritiek op de door Shea gebruikte vergelijkingsargumentatie worden gezien.

In voorbeeld (22) verdedigt Knappe het (impliciete) standpunt dat het beter is om patiënten door anesthesisten onder narcose te laten brengen dan door niet-anesthesisten, omdat de kans om te overlijden in het laatste geval, zo blijkt uit Brits onderzoek, vijfmaal groter is. Muller is van mening dat dit standpunt niet te handhaven is, omdat de situatie in Engeland, waar Knappe zich op heeft gebaseerd, niet te vergelijken is met die in Nederland. De Nederlandse ziekenhuizen zijn veel beter uitgerust dan de Nederlandse.

Afgezien van de expliciete aanwijzing dat er kritiek wordt geleverd op vergelijkingsargumentatie, zijn er in deze voorbeelden ook aanwijzingen te vinden in de manier waarop de antagonist zijn kritiek motiveert. In voorbeeld (21) blijkt uit de formulering 'maar benadert nog niet de verschrikkingen van het Cambodja van de jaren zeventig' dat de antagonist van mening is dat de vergeleken zaken niet vergelijkbaar zijn (eerste kritische vraag). In voorbeeld (22) lijkt de tweede kritische vraag aan de orde te worden gesteld: de Britse ziekenhuizen zijn slecht uitgerust, terwijl dat voor de Nederlandse ziekenhuizen niet geldt. Er is dus een relevant verschil tussen de vergeleken zaken.

In voorbeeld (23) komt ook weer een expliciete aanwijzing voor kritiek op een vergelijkingsrelatie voor: 'U vergelijkt appels met peren'. Daarnaast is de uitdrukking 'Dat is Amerika' al een aanwijzing, omdat daarmee geïmpliceerd wordt dat de situatie in Amerika verschilt van die in Nederland (tweede kritische vraag). Dit contrast wordt nog verder versterkt door de opmerking: 'Wij vinden het in elk geval heel vervelend'.

(23) 'Bent u mijnheer De Zwart?'

'Nee, dat ben ik niet.'

'Oh jammer, ik had hem graag iets willen vragen naar aanleiding van de TeleVizierfietstocht.'

'Dat hoeft niet. Wij vinden dat namelijk heel vervelend. Het is een aanslag op de privacy.'

'Maar **in Amerika** is het toch heel gewoon.'

'**Dat is Amerika. U vergelijkt appels met peren.**

Wij vinden het in elk geval heel vervelend.' (*de Volkskrant*, 19 juli 1996)

Dat er sprake is van een relevant verschil tussen de vergeleken zaken wordt in voorbeeld (23) alleen gesteld en niet met argumenten aannemelijk gemaakt. Dat laatste gebeurt wel in voorbeeld (24):

(24) De catastrofe is uitgebleven. De millenniumbug heeft de wereld niet lamgelegd, zoals nog niet zo lang geleden door menigeen werd gevreesd. [...]

- In Rusland, Afrika en Zuid-Amerika is een fractie besteed van wat westerse landen hebben uitgegeven. Toch is er weinig gebeurd. Is er in het Westen dan niet te veel besteed?

'**In Afrika en Zuid-Amerika** is de computerdichtheid **veel minder groot dan hier**. De infrastructuur van hun technologie **is onvergelijkbaar** met de onze. **That makes a difference**, en niet zo'n beetje ook. De Russen is hulp geboden, bij kerncentrales, gastransport etcetera. En het is heel goed mogelijk dat het bedrijfsleven in deze landen heel veel gedaan heeft zonder dat wij ervan weten. Echt, **ik heb geen boodschap aan dergelijke vergelijkingen**. (*de Volkskrant*, 3 januari 2000)

In voorbeeld (24) wordt aannemelijk gemaakt dat de vergelijking tussen westerse landen en Afrika en Zuid-Amerika op het punt van het nemen van maatregelen tegen de 'millenniumbug' niet opgaat: de computerdichtheid is 'veel minder groot dan hier' en de infrastructuur van de technologie van deze landen is onvergelijkbaar met die van de westerse landen (eerste kritische vraag). En dat zijn belangrijke verschillen (tweede kritische vraag), of zoals de auteur het zelf formuleert: 'That makes a difference, en niet zo'n beetje ook'. Daarnaast is ook niet helemaal zeker of het argument dat er daar veel minder geld is besteed wel houdbaar is: misschien heeft het bedrijfsleven aldaar nog veel gedaan en is dat alleen niet bekend geworden.

Indicatoren van vergelijkingsargumentatie

Andere uitdrukkingen waarmee iemand die reageert op de argumentatie van de andere partij kan duidelijk maken dat hij van mening is dat er relevante verschillen bestaan tussen de vergeleken zaken zijn:

- Het verschil is
- Dat is iets anders
- Dat ligt anders

Twee van deze uitdrukkingen komen in het volgende voorbeeld voor:

- (25) Volgens haar critici heeft Albright zich verkeken op de reactie van de Joegoslavische president Milosevic, doordat ze de NAVO-bombardementen tegen de Serviërs in Bosnië als voorbeeld nam. Milosevic ging toen wel door de knieën. **Het verschil is** echter dat de Servische gebieden in Bosnië Milosevic niet erg aan het hart gaan. **Dat ligt heel anders** bij Kosovo dat door de Serviërs als heilige grond wordt beschouwd. (*de Volkskrant*, 9 april 1999)

In voorbeeld (26) verweert Grass zich tegen de kritiek op zijn roman *Ein weites Feld* waarin hij zijn verzet tegen de Duitse eenwording na de val van de muur onderbouwde door dit streven naar eenwording te vergelijken met Bismarcks streven om één groot Duits rijk te stichten. Critici beschuldigen Grass er onder meer van dat hij ‘alles over één kam heeft geschoren’. Deze kritiek komt erop neer dat Grass zaken waartussen te weinig overeenkomsten bestaan gelijk heeft gesteld (eerste kritische vraag). Grass verdedigt zich door uit te leggen dat hij geen letterlijke vergelijking op het oog had, maar alleen een figuurlijke. Het ging hem er *niet* om aan te tonen dat ‘precies dezelfde gebeurtenissen’ in de twee vergeleken periodes plaats hadden gevonden, maar alleen dat er ‘overeenkomstige verwachtingen en gedragingen’ waren. De kritiek op zijn analogie is dus volgens hem niet relevant omdat de kritiek zich op de concrete eigenschappen van de vergeleken zaken richt in plaats van op de manier waarop die eigenschappen zich tot elkaar verhouden in de twee vergeleken gevallen:

- (26) Grass wilde Fontane als het ware om commentaar vragen op de gebeurtenissen in Duitsland van 1870/1871 en 1989/1990. Fontane was getuige van Bismarcks streven de verschillende Duitse steden en staatjes tot één rijk samen te smelten, Grass zag in de Duitse hereniging **een parallel** met die ambitie. ‘Ik ben ervan beschuldigd dat ik **alles over één kam heb geschoren**’, zegt hij geamuseerd. ‘Maar natuurlijk denk ik **niet** dat 1870/1871 en 1989/1990 **precies dezelfde** gebeurtenissen te zien gaven. Mij ging het om een bepaalde houding, om **overeenkomstige** verwachtingen en gedragingen. (*de Volkskrant* op internet 2000)

In voorbeeld (26) is het niet alleen de kritiek op Grass’ argumentatie die een indicatie vormt dat hij gebruik heeft gemaakt van een vergelijkingsrelatie in zijn argumentatie, maar ook de manier waarop hij zich vervolgens tegen deze kritiek verdedigt. Ook in gevallen waarin de kritiek niet expliciet naar voren is gebracht, kan het vervolg dat de protagonist van een bepaald standpunt (in anticipatie) op mogelijke kritiek op zijn vergelijkingsargumentatie geeft, soms toch aanwijzingen opleveren. Ik zal dit aan de hand van een voorbeeld illustreren.

In voorbeeld (27) wordt (impliciet) het standpunt verdedigd dat in Rusland had moeten worden ingegrepen, omdat eerder ook in Servië werd ingegrepen. Deze op het rechtvaardigheidsbeginsel gebaseerde vergelijkingsargumentatie is aangeduid met de vaak bij dergelijke argumentatie gebruikte uitdrukking ‘waarom wel (tegen) X en niet (tegen) Z’. Dat er van vergelijkingsargumentatie sprake is, blijkt ook uit het vervolg dat de auteur aan zijn argumentatie geeft: hij maakt met behulp van aanvullende argumentatie aannemelijk dat de situatie in die beide landen in relevante opzichten overeenkwam. De overeenkomst zelf wordt aangeduid met de uitdrukking *niet alleen...maar ook*. Met *terwijl* geeft de auteur vervolgens aan dat er een tegenstelling bestaat tussen het eerste deel van de zin en het tweede. In dit geval bestaat er een tegenstelling tussen wat men normaal gesproken zou verwachten – dat men gelijke gevallen alleen geen gelijke behandeling geeft als ze in een relevant opzicht van elkaar verschillen – en het feit dat er in de situatie in kwestie geen sprake was van een dergelijk verschil. De auteur anticipeert dus op de tegenwerping ‘Maar was de situatie in Servië niet in relevante opzichten anders dan die in Rusland?’

- (27) Het is [...] moeilijk uit te leggen waarom **wel** tegen Servië werd ingegrepen en **niet** tegen Rusland, **terwijl niet alleen** in Kosovo **maar ook** in Tsjetsjenië geweld tegen burgers werd gebruikt. (*de Volkskrant*, 14 februari 2000)

5. Het gebruikmaken van indicatoren van vergelijkingsargumentatie bij de reconstructie

Een aantal van de indicatoren van vergelijkingsargumentatie die in dit artikel zijn besproken, werd ook al in eerdere pragma-dialectische publicaties genoemd.⁵ Wat ik eraan heb toegevoegd is een verantwoording van het feit dat ze als aanwijzing voor vergelijkingsargumentatie of voor bepaalde subtypen daarvan kunnen dienen. Dit heb ik gedaan door te laten zien dat de uitdrukkingen in kwestie de vergelijkbaarheid van bepaalde gevallen, of in ieder geval overeenkomsten tussen zaken of personen tot uitdrukking brengen en in andere gevallen bepaalde aspecten van de vergelijkingsrelatie in het algemeen of van specifieke subtypen hiervan aanduiden. Daarnaast zijn er ook uitdrukkingen waarmee de relevante kritische vragen bij vergelijkingsargumentatie aan de orde gesteld kunnen worden, of waarmee duidelijk gemaakt kan worden dat men op deze kritische vragen anticipeert.

Om tot een verantwoorde reconstructie te komen, is het niet voldoende om alleen op één van de behandelde indicatoren af te gaan. In de eerste plaats moet natuurlijk vastgesteld worden of er wel van argumentatie sprake is. Veel van de behandelde indicatoren kunnen ook in niet-argumentatief taalgebruik voorkomen. Een voorbeeld is de uitdrukking ‘X is te vergelijken met Z’ die bijvoorbeeld ook deel kan uitmaken van een beschrijving, zoals blijkt uit voorbeeld (28):

- (28) Een Bachelor degree is te vergelijken met een Hoger Beroepsopleiding. (HBO-niveau)

Wil de uitdrukking ‘is te vergelijken met’ op een vergelijkingsargumentatie wijzen, dan moet hij voorkomen in een argumentatie en wel in de majorpremissie. Want ook als er wel sprake is van argumentatie, maar de uitdrukking in het standpunt voorkomt, is deze uitdrukking geen aanwijzing dat er sprake is van vergelijkingsargumentatie, zoals blijkt uit voorbeeld (29), dat op een causale relatie is gebaseerd (‘het feit dat er een gigantische com-

Indicatoren van vergelijkingsargumentatie

puter nodig is voor het kraken van betalingen via Internet leidt ertoe dat de kans dat een cracker dergelijke betalingen kraakt heel klein is’):

- (29) Voor het kraken van betalingen via Internet is een gigantische computer nodig. De rekencapaciteit van slechts één enkele pc is daar echt niet toereikend voor! De kans dat een cracker dit kraakt **is** dus **te vergelijken met** de winkans in de lotto. (webstart/column0006.htm)

Een ander probleem is dat sommige uitdrukkingen een aanwijzing voor meer dan één type argumentatie kunnen zijn. Dat geldt bijvoorbeeld voor de (niet in dit artikel behandelde) uitdrukking ‘Kijk maar naar’, die zowel een aanwijzing kan zijn voor vergelijkingsargumentatie als voor voorbeeldargumentatie (een subtype van kentekenargumentatie). De uitdrukking ‘Kijk maar naar’ verschaft daarom op zichzelf beschouwd nog niet voldoende duidelijkheid over de vraag of er van vergelijkings- of van voorbeeldargumentatie sprake is. Om een verantwoorde keuze te kunnen maken, moet nader gekeken worden naar de verschillen tussen deze twee typen argumentatie.

Garssen (1997) brengt Perelmans categorie ‘voorbeeld’ onder in twee verschillende rubrieken van de pragma-dialectische typologie. Wanneer het voorbeeld dient om uit één of meer waarnemingen een algemene regel af te leiden, is er sprake van argumentatie gebaseerd op een kentekenrelatie en wel van het subtype ‘voorbeeldargumentatie’. Wanneer het voorbeeld niet gebruikt wordt om een algemene, generaliserende uitspraak te verdedigen, maar dient ter verdediging van een specifiek geval, is er volgens Garssen sprake van vergelijkingsargumentatie (76). Een belangrijk verschil tussen voorbeeldargumentatie en vergelijkingsargumentatie is dus het bereik van het standpunt: is het standpunt een generaliserende uitspraak of heeft het standpunt betrekking op een specifiek geval? Aan de hand van dit criterium is het mogelijk om in een concreet geval te beslissen of de argumentatie als gebaseerd op een kentekenrelatie of op een vergelijkingsrelatie moet worden gereconstrueerd. Aan de hand van de volgende twee voorbeelden zal ik dit laten zien:

- (30) Vorig jaar werd een voorstel om het gedempte deel van het Rokin open te breken, op het nippertje verworpen. Na een lang debat koos de gemeenteraad voor een plein met bomen. ‘De tijd was er nog niet rijp voor’, zegt Otten. ‘Dat ligt nu anders. **Kijk maar naar** Utrecht en Breda.’ Ook daar schermen stadsbestuurders met plannen omgedempte grachten open te gooien. Zo zou in Utrecht de Catharijnesingel in zijn oude glorie moeten worden hersteld. (*de Volkskrant*, 4 augustus 2000)
- (31) Wat is erop tegen om jaarlijks te peilen of de Nederlandse schooljeugd voldoende taal- en rekenvaardig is? Treffers: ‘Op zich niets. Maar je moet je realiseren wat de bijwerkingen zijn. Die zijn dramatisch. **Kijk maar naar** Engeland’, waarschuwt de hoogleraar aan het internationaal vermaarde Freudenthal Instituut voor rekenonderwijs. Sinds de Britten landelijke toetsen hebben ingevoerd, is 80 procent van de basisscholen anders gaan werken. ‘Men is de kinderen alleen nog gaan leren wat op de toets gevraagd kan worden: teaching to the test. Dat wil zeggen: oude stof herhalen en oefenen met oude toetsen. Terwijl iedere didacticus weet dat het juist draait om het verwerven van inzicht.’ (*de Volkskrant*, 28 februari 2000)

In voorbeeld (30) wordt het standpunt verdedigd dat de tijd nu rijp is voor het opengooien van gedempte grachten. Wat niet geheel duidelijk is, is of het standpunt specifiek op de situatie in Amsterdam slaat (in Amsterdam is de tijd nu rijp voor het opengooien van gedempte grachten) of dat er een algemenere uitspraak mee wordt gedaan (in Nederland is de tijd nu rijp voor het opengooien van gedempte grachten). In het eerste geval zou er sprake zijn van argumentatie gebaseerd op een vergelijkingsrelatie ('In Amsterdam is de tijd nu rijp voor het opengooien van gedempte grachten, want in Utrecht en Breda overweegt men dat ook te doen (en de situatie in Utrecht en Breda is vergelijkbaar met die in Amsterdam)'). In het tweede geval van voorbeeldargumentatie ('De tijd in Nederland is nu rijp voor het opengooien van gedempte grachten, want dat wordt in Utrecht en Breda op dit moment overwogen (en dat dit in Utrecht en Breda wordt overwogen wijst erop dat de tijd er rijp voor is)').

Voorbeeld (31) is een voorbeeld van vergelijkingsargumentatie. Het standpunt luidt: 'Het jaarlijks peilen van de taalvaardigheid en rekenvaardigheid van de Nederlandse schooljeugd zal dramatische bijeffecten hebben'. Deze voorspelling, die op een specifiek geval betrekking heeft, wordt verdedigd door een vergelijking te trekken met de situatie in Engeland, waar het invoeren van landelijke toetsen tot didactisch onverantwoorde praktijken heeft geleid.

De in dit artikel behandelde typen indicatoren zijn een hulpmiddel bij de analyse van de relatie waarop de argumentatie is gebaseerd, maar voor een verantwoorde reconstructie moet, zoals ik met de voorbeelden in deze paragraaf heb laten zien, ook nagegaan worden in welke uitspraken uit het schema voor vergelijkingsargumentatie de uitdrukking voorkomt en of de uitdrukking in kwestie op die plek wel een indicator van vergelijkingsargumentatie kan zijn. Daarnaast is het belangrijk om nadere criteria te ontwikkelen om typen argumenten die lastig uit elkaar te houden zijn, beter van elkaar te kunnen onderscheiden. In het geval van vergelijkingsargumentatie en voorbeeldargumentatie is het bereik van het standpunt in ieder geval ook een belangrijke aanwijzing bij de reconstructie.

Noten

- 1 Een dergelijke dieldeling is ook gangbaar in de klassieke retorische literatuur en in de traditionele Amerikaanse debathandboeken en wordt bijvoorbeeld ook door moderne retorici als Weaver (1953) gehanteerd.
- 2 Voor een nadere verantwoording van het verband tussen het gebruik van een bepaald argumentatieschema en de verplichting om rekening te houden met bepaalde vormen van kritiek, zie Van Eemeren en Grootendorst 1992, p. 96-102.
- 3 Eerdere publikaties in het kader van dit project zijn Van Eemeren, Houtlosser en Snoeck Henkemans 2000, waarin indicatoren van dialectische geschilprofielen worden besproken en Snoeck Henkemans 2000, waarin aanwijzingen voor kentekenargumentatie worden behandeld.
- 4 Garssen (1997) onderscheidt naast de gewone vergelijking drie typen vergelijkingsargumentatie: de analogie, argumentatie gebaseerd op het rechtvaardigheidsbeginsel en argumentatie gebaseerd op het wederkerigheidsprincipe. Alle drie deze typen werden al door Perelman onderscheiden, alleen deelt Perelman deze laatste twee typen argumentatie in bij de rubriek 'quasi-logische' argumentatie.
- 5 Voor voorbeelden van eerdere lijsten van uitdrukkingen die indicatief zijn voor de verschillende argumentatieschema's zie Van Eemeren en Kruijer (1985), Van Eemeren, Grootendorst en Snoeck Henkemans (1995: 91-93) en Garssen (1997: 252-253).

- Eemeren, F.H. van & Grootendorst, R.** (1992). *Argumentation, communication and fallacies. A pragma-dialectical perspective*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Eemeren, F.H. van & Kruiger, T.** (1985). Het identificeren van argumentatieschema's. In: W.K.B. Koning (Red.), *Taalbeheersing in theorie en praktijk. Lezingen van het VIOT-taalbeheersingscongres 1984*. (pp. 55-65). Dordrecht: Foris.
- Eemeren, F.H. van, Grootendorst, R. & Snoeck Henkemans, A.F.** (1995). *Argumentatie. Inleiding in het analyseren, beoordelen en presenteren van betogen*. Groningen: Wolters-Noordhoff.
- Eemeren, F.H. van, Houtlosser, P. & Snoeck Henkemans, A.F.** (2000). Indicatoren van dialectische geschilprofielen. *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, 22, 112-125.
- Es, G.A. van & van Caspel, P.P.J.** (1975). *Samengestelde zin: Incorporatie I*. Groningen: Rijksuniversiteit Groningen.
- Garssen, B.** (1997). *Argumentatieschema's in pragma-dialectisch perspectief. Een theoretisch en empirisch onderzoek*. Amsterdam: IFOTT.
- Govier, T.** (1987). *Problems in argument analysis and evaluation*. Dordrecht: Foris.
- Perelman, Ch.** (1977). *Retorica en argumentatie*. Baarn: Ambo.
- Snoeck Henkemans, A.F.** (2000). Aanwijzingen in de presentatie als hulpmiddel bij het reconstrueren van kente-nargumentatie. In: R. Neutelings, N. Ummelen & A. Maes (Red.), *Over de grenzen van de Taalbeheersing. Taal, tekst en communicatie*. Den Haag: SDU, 43-55.
- Weaver, R.** (1953). *The ethics of rhetoric*. Chicago: Henry Regnery.
- Woordenboek der Nederlandsche taal*. Den Haag: Martinus Nijhoff.

De pragma-dialectische argumentatieschemaregel empirisch onderzocht

1. De argumentatieschemaregel

De onlangs overleden schrijver Boudewijn Büch, beroemd en berucht om zijn pathologische verzamelwoede, uitte eens in een van zijn columns in *Het Parool* zijn frustraties over de naar zijn oordeel verfoeilijke habitus van sommige antiquarische boekhandelaren om de prachtigste exemplaren zelf thuis in een eigen privé-collectie te bewaren, en dit ook als zodanig aan geïnteresseerde kopers mee te delen:

De ergste antiquaren zijn diegenen die thuis een eigen collectie hebben. Die maken mij gek als ze zeggen: 'Thuis heb ik een boek dat u graag zou willen hebben. Helaas kan ik het niet verkopen want het behoort tot mijn privécollectie.' Indien een antiquaar voor zichzelf verzamelt, hoort hij daar tegen klanten over te zwijgen. Het zou toch geen pas geven als je bij Albert Heijn binnenkomt en het sperziebonenvak geheel leeg is? Je kijkt naar het vak en dan komt meneer Heijn persoonlijk aanlopen. 'Geen sperziebonen, meneer Heijn?' vraag je. 'Nee', zegt de levensmiddelenmagnaat, 'die heb ik allemaal thuis in mijn eigen voorraadkelder staan.' (*Het Parool*, 29-3-1985)¹

Ook al kan men sympathie opbrengen voor de tirade van Büch die als verwoed verzamelaar ronduit gek wordt van het hatelijke gedrag van zulke boekhandelaren, zijn argumentatie is toch wellicht niet voor iedereen in alle opzichten even deugdelijk. Kan je meneer Heijn met zijn sperzieboontjes zonder meer vergelijken met een onwillige antiquaar, of zijn er essentiële verschillen? Iemand die de laatste opvatting huldigt en dus van oordeel is dat

Samenvatting

Volgens een van de tien pragma-dialectische discussieregels (regel 7) mag een standpunt niet als afdoende verdedigd worden beschouwd als de verdediging niet plaatsvindt door middel van een geschikt argumentatieschema dat correct is toegepast. In een aantal experimentele onderzoeken is nagegaan of en in welke mate verschillende typen drogredenen die een overtreding van deze zogeheten argumentatieschemaregel vormen, door gewone beoordelaren onredelijk worden gevonden. In dit overzichtsartikel worden de resultaten van deze onderzoeken naar de argumentatieschemaregel in onderlinge samenhang besproken en becommentarieerd.

de twee als analoog gepresenteerde gevallen op relevante punten fundamenteel van elkaar verschillen, ziet in Büchs argumentatie – hoe humoristisch in aanleg ook – een ondeugdelijke discussiezet: de drogreden van de *verkeerde analogie*. Büchs verdedigingspoging zal door een dergelijke criticus dan ook allerm minst geslaagd gevonden worden, en wel op grond van het feit dat er gebruik is gemaakt van een argumentatieschema dat naar zijn oordeel niet correct is toegepast.

Alleen wanneer een protagonist bij zijn verdediging een geschikt *argumentatieschema* gebruikt en dat schema ook correct toepast, kan de verdediging van zijn standpunt slagen. Gebruikt hij daarentegen een ongeschikt schema of past hij een schema niet correct toe, dan is er sprake van een overtreding van (de pragma-dialectische discussie-) regel 7. Deze regel, die in de pragma-dialectiek – de argumentatietheorie waarvan in het hier te presenteren onderzoek is uitgegaan – ook wel bekend staat als de argumentatieschemaregel, luidt: ‘Een standpunt mag niet als afdoende verdedigd worden beschouwd als de verdediging niet plaatsvindt door middel van een geschikt argumentatieschema dat correct is toegepast’.

De argumentatieschemaregel, die tezamen met een aantal andere normatieve regels (zoals de geldigheidsregel) een reglementering vormt van de *argumentatiefase* in een kritische discussie, is onderwerp van onderzoek geweest in vier empirische studies waarvan in dit artikel samenvattend verslag wordt gedaan. In elk van de vier uitgevoerde experimenten stond de vraag centraal hoe redelijk of onredelijk gewone taalgebruikers (d.w.z. taalgebruikers die geen specialisten zijn in de argumentatietheorie en evenmin systematisch onderwijs in de argumentatieleer hebben genoten) drogredenen vinden die een overtreding van de argumentatieschemaregel vormen. In deze onderzoeken zijn in concreto het *argumentum ad consequentiam*, het *argumentum ad populum*, de drogreden van *het hellend vlak* en de drogreden van de *verkeerde analogie* op (on)redelijkheid onderzocht. Vinden gewone taalgebruikers deze drogredenen onredelijke discussiezetten, of kunnen deze wat hen betreft best door de beugel?

Voordat in de paragrafen 5 t/m 8 de opzet en resultaten van deze onderzoeken besproken worden, wordt eerst in paragraaf 2 en 3 toegelicht waarom nu juist regel 7 onderwerp van onderzoek is geweest. In paragraaf 4 komt vervolgens de notie ‘argumentatieschema’ aan de orde, een notie die in de pragma-dialectische argumentatietheorie een specifieke theoretische invulling heeft gekregen en die de kern vormt van de hier ter discussie staande regel 7. Aan de hand van concrete voorbeelden zal in deze en de daarop volgende paragrafen een nadere toelichting op de vier onderzochte drogredenen gegeven worden.

2. Het onderzoeksproject *Conceptions of Reasonableness*

Over wat gewone beoordelaren van discussiezetten vinden die in de argumentatietheorie als drogredenen worden beschouwd, was tot voor enkele jaren vrijwel niets bekend. Naar hun opvattingen over de redelijkheid of onredelijkheid van discussies en de deugdelijkheid of ondeugdelijkheid van argumentatie is bijzonder weinig empirisch onderzoek uitgevoerd. Omdat kennis van de redelijkheidsopvattingen van gewone beoordelaren zowel theoretisch als praktisch van belang is, zijn wij midden jaren negentig een onderzoeksproject gestart dat tot doel heeft deze opvattingen systematisch in kaart te brengen. De hier te presenteren onderzoeken waarin overtredingen van de argumentatieschemaregel centraal staan, maken deel uit van dit grotere, meer omvattende onderzoeksproject: *Conceptions of Reasonableness*

genaamd. De algemene doelstelling van dit project, waarin wordt uitgegaan van de pragma-dialectische argumentatietheorie, is na te gaan in hoeverre niet-specialisten de drogredenen die in deze argumentatietheorie onderscheiden worden redelijk of onredelijk achten.

In de pragma-dialectische argumentatietheorie wordt argumentatie opgevat als een onderdeel van een procedure om door middel van discussie een verschil van mening over de aanvaardbaarheid van een standpunt op te lossen. De discussiezetten die door de protagonist en antagonist van het standpunt worden gedaan, worden alleen redelijk geacht als ze ertoe kunnen bijdragen dat de discussie tot een oplossing van het verschil van mening leidt. De pragma-dialectische discussieprocedure vormt een specificatie van de discussieregels die in een *kritische discussie* – het ideaalmodel van een gedachtewisseling die er uitsluitend op gericht is een verschil van mening op te lossen – in acht worden genomen.

Elke overtreding van een van de tien pragma-dialectische discussieregels, in welke discussiefase en door welke partij dan ook begaan, is een onredelijke discussiezet die de oplossing van het verschil van mening in de weg staat of bemoeilijkt en overeenkomt met een van de fouten die in de argumentatietheorie bekendstaan als *drogredenen*, of aan de min of meer canonieke lijst van traditionele drogredenen kan worden toegevoegd. In de pragma-dialectische argumentatietheorie zijn drogredenen dus discussiebijdragen die niet in overeenstemming zijn met de regels voor een kritische discussie.

Hun ‘probleemdeugdelijkheid’ ontlenen de regels voor een kritische discussie aan het feit dat ze instrumenteel zijn voor het oplossen van een verschil van mening. Om een verschil van mening tot een oplossing te kunnen brengen, moeten ze echter niet alleen doelmatig zijn, maar ook aanvaardbaar voor de betrokkenen. Dat wil zeggen dat ze naast *probleemdeugdelijk* ook intersubjectief deugdelijk of *conventioneel deugdelijk* dienen te zijn. In al het reeds eerder uitgevoerde empirisch onderzoek in het kader van het project *Conceptions of Reasonableness* (waarover straks meer) en ook in het onderzoek waarover in dit artikel gerapporteerd wordt, staat dit criterium van de conventionele deugdelijkheid centraal. Het onderzoeksproject is er dus op gericht systematisch vast te stellen of en in hoeverre de normen die gewone taalgebruikers normaal gesproken in acht nemen (of zeggen te nemen) bij het voeren van discussies waarin het om een oplossen van een verschil van mening gaat, overeenkomen met de regels uit het ideaalmodel van een kritische discussie.

3. Fasen in een kritische discussie en drogredenen

In elk van de vier discussiefasen van een kritische discussie (de confrontatiefase, de openingsfase, de argumentatiefase, en de afsluitingsfase) kunnen discussiezetten worden uitgevoerd die de oplossing van een verschil van mening bemoeilijken en daarom als drogreden moeten worden bestempeld. Overtredingen in de *confrontatiefase*, het beginstadium van een kritische discussie, zijn bijvoorbeeld standpunten taboe verklaren (‘Homo’s in het leger? Daar wil ik absoluut niet over praten’), standpunten heilig verklaren (‘Prinses Diana? Over haar niets dan goed!’), de tegenpartij moreel chanteren door hem onder druk te zetten met een *argumentum ad misericordiam* (‘Een onvoldoende? Dat kunt u me niet aandoen!’), de tegenpartij dreigen met een *argumentum ad baculum* (‘U zult wel rekening moeten houden met de gevolgen voor onze verhouding’) of de tegenpartij persoonlijk aanvallen, bijvoorbeeld door met een ‘circumstantial-variant’ van het *argumentum ad hominem* zijn motieven verdacht te maken (‘Zoiets zegt u alleen maar omdat u gekozen wil worden’). Via al deze

discussietrucs wordt de (eerste) pragma-dialectische regel overtreden dat de partijen elkaar niet mogen beletten vrijelijk standpunten naar voren te brengen of twijfel te uiten.

Wat vinden gewone taalgebruikers nou van deze drogredenen die een overtreding van de regel voor de confrontatiefase (ook wel de vrijheidsregel genoemd) vormen? Keuren zij die ook af? Inderdaad blijkt uit het door ons uitgevoerde onderzoek dat – algemeen gesproken – al de hier besproken valse discussiezetten waarbij de eerste pragma-dialectische regel wordt overtreden, door gewone taalgebruikers als onredelijk worden beschouwd (zie voor een overzicht Van Eemeren, Garssen & Meuffels 2001). Deze bevindingen vormen, aldus Van Eemeren, Garssen & Meuffels (o.c. 127), een sterke aanwijzing voor de conventionele deugdelijkheid van de vrijheidsregel.

Het tot nu toe uitgevoerde empirisch onderzoek in het kader van het project *Conceptions of Reasonableness* is niet beperkt gebleven tot drogredenen die een overtreding vormen van de vrijheidsregel, dus tot drogredenen die typerend zijn voor de *confrontatiefase* van een kritische discussie. Ook drogredenen die voorkomen in de *openingsfase*, de fase in een kritische discussie die volgt op de confrontatiefase, zijn empirisch onderzocht (zie Van Eemeren, Garssen & Meuffels 2000; 2002; 2003). In de openingsfase besluiten de partijen een poging te doen het verschil van mening op te lossen: ze maken afspraken over de manier waarop ze de discussie zullen voeren en afsluiten, over de rolverdeling (wie treedt er op als protagonist, wie als antagonist?) en over de uitgangspunten van de discussie. De tweede pragma-dialectische discussieregel heeft betrekking op deze openingsfase; de kern van deze tweede regel, ook wel *verdedigingsplichtregel* genoemd, kan worden samengevat in het adagium “Wie beweert, moet bewijzen”.

Soms zijn discussianten er helemaal niet zo op gebrand hun standpunt ook te verdedigen. De meest drastische manier waarop ze hun verdedigingsplicht kunnen ontlopen, althans kunnen proberen dat te doen, is de bewijslast domweg op de schouders te leggen van de antagonist, degene die louter twijfel aan de aanvaardbaarheid van het standpunt heeft geuit (‘Hoezo?’). Taalgebruikers, zo blijkt uit ons empirisch onderzoek (Van Eemeren, Garssen & Meuffels 2000), achten deze drogredelijke discussiebijdrage waarin de drogreden van het *verschuiven van de bewijslast* wordt begaan, zonder meer een onredelijke zet. Een protagonist kan ook proberen om, met behulp van wat meer subtiele maar niettemin slinkse methoden, zijn bewijslast te ontlopen door het standpunt voor te stellen als iets dat helemaal geen verdediging behoeft (‘Het hoeft geen betoog dat’; ‘Het is logisch dat’; ‘Het staat als een paal boven water dat’; enzovoort). Ook over deze discussietruc, de drogreden van het *ontduiken van de bewijslast*, oordelen taalgebruikers zonder meer negatief (Van Eemeren, Garssen & Meuffels 2003). En ook wanneer het ontduiken van de bewijslast in een gemengd geschil van mening wordt begaan, kortom in die situatie waarin twee partijen elk een standpunt over een bepaalde zaak naar voren hebben gebracht (en dus beiden ook bewijslast voor hun eigen standpunt hebben), keuren gewone taalgebruikers dit ontduiken af (Van Eemeren, Garssen & Meuffels 2002). Net als aan de vrijheidsregel kan ook aan de bewijslastregel of de verdedigingsplichtregel blijkens de resultaten van ons empirisch onderzoek conventionele geldigheid worden toegekend.

Het hoeft weinig verbazing te wekken dat, nu (overtredingen van de regels voor) de eerste twee fasen van een kritische discussie min of meer uitputtend zijn onderzocht, onze aandacht in het project *Conceptions of Reasonableness* uitgaat naar de derde fase: de argumentatiefase – net zo min als het verbazend is dat in de toekomst wanneer het onderzoek naar deze argumentatiefase bevredigend is afgerond, de laatste fase in een kritische discus-

sie: de afsluitingsfase, onderwerp van onze aandacht zal zijn. De systematiek die in de pragma-dialectische benadering van drogredenen is aangebracht door drogredenen te karakteriseren niet als ondeugdelijke *argumenten*, maar als ondeugdelijke *zetten* in een *kritische discussie* (ondeugdelijk in die zin dat daardoor regels voor een kritische discussie geschonden worden), en deze regels systematisch te relateren aan een van de analytisch te onderscheiden fasen in een dergelijke discussie, vindt zijn weerslag in de voortgang van ons onderzoeksproject: het is juist deze systematiek die een *ad hoc* benadering van drogredenen uitsluit en die een meer verantwoorde keuze van empirisch te onderzoeken drogredenen uit het schier onuitputtelijke domein van potentieel ondeugdelijke zetten mogelijk maakt.

Anders dan voor de confrontatiefase of de openingsfase die in beide gevallen slechts door één specifieke pragma-dialectische discussieregel worden genormeerd, zijn er voor de argumentatiefase een hele serie regels opgesteld die moeten garanderen dat de discussie in die fase adequaat verloopt, regels kortom die moeten garanderen dat ondeugdelijke zetten die de oplossing van een verschil van mening kunnen frustreren, worden uitgesloten. De pragma-dialectische discussieregels voor de argumentatiefase betreffen regel 3 tot en met 8, en ze kunnen achtereenvolgens gekarakteriseerd worden als de standpuntsregel, de relevantieregel, de verzwegen-argumentregel, de uitgangspuntregel, de argumentatieschemaregel en de geldigheidsregel². Het spreekt voor zich dat deze zes regels onmogelijk tegelijkertijd op conventionele deugdelijkheid onderzocht kunnen worden; er moet dus een keuze worden gemaakt. Onze keuze is op regel 7 gevallen, onder andere omdat het daarin vigerende theoretische begrip 'argumentatieschema' binnen de pragma-dialectische argumentatietheorie een specifieke, van andere benaderingen en invalshoeken verschillende invulling heeft gekregen. Bovendien kunnen er, experimenteel-technisch gezien, wat meer subtiele predicties over het beoordelingsgedrag van onze proefpersonen geformuleerd worden dan bij de andere regels voor de argumentatiefase het geval zou zijn.

4. Argumentatieschema's en typen drogredenen

Iemand die een enkelvoudige argumentatie naar voren brengt, gaat er in beginsel van uit dat het gebruikte argument een aanvaardbare premisse vormt en dat hij dit argument op een adequate wijze met het standpunt in verband brengt. Het verband tussen het argument en het standpunt is adequaat als de aanvaardbaarheid van de betreffende premisse door middel van het gebruikte *argumentatieschema* op het standpunt wordt 'overgebracht'.

De premisse kan op verschillende manieren met het standpunt in verband worden gebracht en daarom worden er in de argumentatietheorie verschillende argumentatieschema's onderscheiden. Elk argumentatieschema representeert dus een specifiek ordeningsprincipe; in het schema komt de 'interne' structuur van een enkelvoudige argumentatie tot uitdrukking (Garssen 1997; 1998).

De term 'argumentatieschema' is naar alle waarschijnlijkheid voor het eerst gebruikt door Perelman, maar andere auteurs duiden met enigszins andere termen gelijksoortige noties aan. Argumentatieschema's worden op verschillende manieren gedefinieerd en ingedeeld (zie bijvoorbeeld de klassieke topiek, Whately's retorica (1848) en de nieuwe retorica van Perelman & Olbrechts-Tyteca (1958)), afhankelijk van onder meer het specifieke doel waarmee de schema's worden besproken. Hoe verschillend de benaderingen ook mogen zijn en hoe verschillend qua definitie en aantal de verschillende schema's in ver-

schillende benaderingen ook mogen zijn, Garssen (1997) heeft in zijn dissertatie aangetoond dat ze allemaal gereduceerd kunnen worden tot een van de drie hoofdklassen van argumentatieschema's die in de pragma-dialectiek onderscheiden worden.

In de pragma-dialectische argumentatietheorie (van Eemeren, Grootendorst en Kruiger, 1986: 110-111) worden drie hoofdklassen van argumentatieschema's onderscheiden, corresponderend met drie verschillende argumentatietypen die in een concrete argumentatie tot uitdrukking worden gebracht. In elk van deze drie argumentatietypen bestaat er een anderzootige relatie tussen argumentatie en standpunt, een relatie die met name manifest wordt wanneer het verzwegen argument wordt geëxpliciteerd. In de volgende drie voorbeelden is achtereenvolgens sprake van een *kentekenrelatie* (het een wordt als een teken of kenmerk van het ander voorgesteld), een *vergelijkingsrelatie* (het een wordt met het ander vergeleken), en een *causale relatie* (het een wordt als oorzaak van het ander gepresenteerd of als middel voor een bepaald doel); tussen haakjes is telkens het verzwegen argument geëxpliciteerd.

- (1) 'Jan komt uit Friesland, dus hij is koppig'.
(Het is *kenmerkend* voor Friezen dat ze koppig zijn)
- (2) 'Privatiseren van de spoorwegen in Nederland is een slecht idee, want dat heeft ook in Engeland voor grote problemen in het openbaar vervoer gezorgd'.
(Nederland en Engeland zijn wat betreft het vervoer vergelijkbaar)
- (3) 'Laten we opschieten, anders komen we te laat'.
(Niet-opschieten heeft als onwenselijk *gevolg* dat we te laat komen)

In bovenstaande argumentaties is dus sprake van een specifieke invulling van een kenteken, een vergelijkingsrelatie respectievelijk een causale relatie. Elk schema dat in een concreet geval wordt toegepast, valt onder een van deze drie hoofdsoorten (zie Garssen 1997). Uit de aard der zaak kan, omgekeerd, een algemeen argumentatieschema meer dan één specifieke invulling krijgen.

De *rationale* van de pragma-dialectische indeling in drie hoofdsoorten is dat er voor de verschillende typen argumentatieschema's verschillende *deugdelijkheidscriteria* gelden: de argumentatieschema's verschillen van elkaar doordat elk schema andere kritische vragen met zich meebrengt. Doordat het argument bij elk van deze argumentatieschema's op een andere wijze met het verdedigde standpunt in verband is gebracht, moet kentekenargumentatie anders worden beoordeeld dan vergelijkingsargumentatie, vergelijkingsargumentatie anders dan causale argumentatie en causale argumentatie anders dan kentekenargumentatie. Om na te gaan of een bepaalde argumentatie voldoet aan de criteria die bij het betreffende type argumentatie horen, kan een aantal kritische vragen worden gesteld. Voor een kentekenrelatie bijvoorbeeld (waarvoor het algemene schema luidt: Voor X geldt Y, want: Voor X geldt Z, en: Z is kenmerkend voor Y) zijn de belangrijkste kritische vragen:

- (1) zijn er niet ook Y's die niet kenmerk Z hebben?
- (2) zijn er niet ook niet-Y's die evenzeer kenmerk Z hebben?

Mocht een van beide of beide kritische vragen niet bevredigend beantwoord kunnen worden, dan impliceert dit dat het gehanteerde argument ondeugdelijk is en dat de argumen-

tatie als rechtvaardigingspoging (of ontkrachtingspoging) niet – of althans niet volledig – geslaagd is.

De deugdelijkheid van een argument staat of valt dus niet alleen met de keuze van het hoofdtype argumentatieschema, maar ook met de specifieke invulling die hieraan in het betreffende geval wordt gegeven – en natuurlijk met de wijze waarop het specifieke argumentatieschema is toegepast. Zo zou men bij het in paragraaf 1 gegeven voorbeeld van analogie-argumentatie, ontleend aan Büchs tirade, bijvoorbeeld in twijfel kunnen trekken of een vergelijking überhaupt wel een juiste manier is om uit te maken of de handelwijze van sommige antiquaren wel zo onheus is, maar ook of de gekozen vergelijking met een supermarkt(eigenaar) in dit verband wel het meest geschikt is en of het inderdaad zo is dat de aangehaalde supermarkteigenaar zich, geconfronteerd met opmerkingen over lege winkelschappen, ooit op een dergelijke wijze zou uitlaten – aangenomen al dat hij ooit persoonlijk aanwezig zou zijn in een van de filialen van zijn imperium.

Van sommige schema's kan men zich met rede afvragen of ze ooit wel geschikt zijn om er standpunten mee te verdedigen. Neem bijvoorbeeld het *argumentum ad populum*, een variant van argumentatie die gebaseerd is op de kentekenrelatie. Deze drogreden komt er op neer dat een standpunt A voor waar wordt gehouden of als waar wordt gepresenteerd omdat nu eenmaal iedereen, of althans de overgrote meerderheid, vindt dat A waar is. Maar het feit dat 'de massa' het wel of niet eens is met standpunt A, is in het geheel niet relevant voor de vraag of het standpunt ook waar is of niet. In *Vrij Nederland* verzette de schrijfster/columniste Tamar zich ooit eens – ten tijde van de strijd tussen tegenstanders en gedogers van kernwapens op Nederlands grondgebied – tegen dit type drogredelijk argumenteren:

Honderdduizenden juichende lezeressen, lezers, kijkers, luisteraars zijn geen enkel bewijs voor de juistheid van een denkbeeld en het is pure demagogie om het als argument te gebruiken. (*Vrij Nederland* 6-3-1983)

Fouten blijven natuurlijk niet beperkt tot het argumentatieschema dat een specifieke invulling van de kentekenrelatie vormt, ook bij het argumentatieschema dat een specifieke invulling van de causale relatie vormt, kan drogredelijk geargumenteed worden. Een van de evidente fouten bij dit type relatie bestaat eruit dat feiten en normen door elkaar worden gehaald: ter ondersteuning van een standpunt met een *feitelijke* propositie ('Deze theorie is niet waar') wordt een argument aangevoerd dat een *normatief* karakter heeft doordat het onwenselijke consequenties van het standpunt noemt ('Het is niet waar, want het mag niet waar zijn')³. Deze ondeugdelijke vorm van argumentatie staat bekend onder de naam *argumentum ad consequentiam*. Het volgende voorbeeld, afkomstig van de schrijver Maarten 't Hart, vormt een treffende illustratie van de hier bedoelde drogreden:

Ik was vierkant tegen het Darwinisme: ik had het gevoel dat dat alles zinloos maakte, dom, ordinair. Het mag onder geen voorwaarde waar zijn; als het waar is wil ik er niet langer bij zijn; in zo'n wereld heb ik niets te maken. (*De ortolaan* 1984: 84)

De twee besproken typen drogredenen – het *argumentum ad populum* en het *argumentum ad consequentiam* – vormen voorbeelden van ondeugdelijke manieren van argumenteren waarin gebruik is gemaakt van een *incorrect* argumentatieschema (namelijk van het argumentatie-

schema dat een specifieke invulling van een kentekenrelatie respectievelijk van een causale relatie vormt). De kans is groot dat tegenstanders van het (via deze argumentatieschema's) verdedigde standpunt het principieel oneens zijn met het gebruik van dit type schema's. Krachtens regel 7 echter mag een argumentatieschema alleen worden gebruikt als zowel de protagonist als de antagonist het gemeenschappelijk aanvaarden – anders kan het geschil niet worden opgelost.

Overtredingen van regel 7 blijven overigens niet beperkt tot de *keuze* van een incorrect argumentatieschema: ook al is een argumentatieschema volgens de discussianten in principe geschikt, niet elke *toepassing* ervan is ook even deugdelijk. Alleen als aan bepaalde voorwaarden is voldaan, is het argumentatieschema correct toegepast. De voorwaarden voor een correcte toepassing corresponderen met de kritische vragen die bij het argumentatieschema gesteld kunnen worden.

Een van de kritische vragen die bij een argumentatieschema waarvan sprake is van een causale relatie gesteld kan worden, is of datgene dat als gevolg van een te treffen maatregel wordt voorgesteld inderdaad zal optreden ('Leidt datgene dat als oorzaak/plan/beleid wordt voorgesteld, inderdaad tot het genoemde gevolg?'). Als een maatregel wordt afgewezen op grond van de uiterst negatieve effecten die hij zal hebben terwijl die effecten helemaal niet zullen optreden, dan wordt het schema verkeerd toegepast. Een vaak voorkomend misbruik van dit schema houdt in dat ten onrechte gesuggereerd wordt dat we met een maatregel onherroepelijk van kwaad tot erger zullen vervallen. Deze drogreden, die in de vakliteratuur doorgaans wordt aangeduid met de Engelse term *slippery slope*, valt te bespeuren in Harry Mulisch' commentaar op de weigering van het toenmalige kabinet om de P.C. Hooftprijs toe te kennen aan Hugo Brandt Cortius die, naar het oordeel van het kabinet, 'het stelselmatig beledigen en kwetsen tot instrument' had gemaakt:

De houding van het kabinet is te dol voor woorden. Wanneer men op deze manier te werk gaat is het een logische volgende stap om schrijvers in het gekkenhuis op te sluiten: eveneens een probaat middel om ze in het gareel te krijgen. (*NRC Handelsblad*, 13-2-1985)

Het hellend vlak is duidelijk aanwezig: wie begint met het weigeren van een prijs, eindigt onverbidlijk ('een logisch volgende stap') met het opsluiten van schrijvers in een psychiatrische inrichting.

Een van de kritische vragen bij het gebruik van het argumentatieschema dat gebaseerd is op een vergelijkingsrelatie is of de te vergelijken zaken inderdaad op relevante punten overeenkomen en of er geen essentiële verschillen zijn. Gaat de vergelijking naar het oordeel van de antagonist niet op, dan wordt de analogie-argumentatie verkeerd gebruikt en is er sprake van de drogreden van de verkeerde analogie. Wie vindt dat deze drogreden voorkomt in Büchs aanklacht tegen halsstarrige antiquarische boekhandelaren, moet aannemelijk kunnen maken dat de nering van antiquaren iets anders is dan die van supermarkteigenaren. Het is echter ook mogelijk dat in een discussie, bijvoorbeeld in de openingsfase waarin beide partijen zich onder meer vastleggen op de uitgangspunten, protagonist en antagonist gezamenlijk besluiten het gebruik van zulk een schema in de argumentatie uit te sluiten, onder het motto dat in de Klassieke Oudheid al gemeengoed was: 'omnis comparatio claudicat' (elke vergelijking gaat mank). Past de protagonist het schema desondanks toe, dan maakt hij zich schuldig aan het *onterecht gebruik van de analogiedenering*.

Op het eerste gezicht mogen het *argumentum ad consequentiam*, het *argumentum ad populum*, de drogreden van het hellend vlak en de drogreden van de verkeerde analogie wellicht weinig met elkaar gemeen hebben – even afgezien dan van het feit dat men deze ondeugdelijke discussiezetten op de meeste, min of meer canonieke lijstjes van drogredenen aantreft. Vanuit pragma-dialectisch oogpunt beschouwd, vormen deze valse discussiezetten echter allemaal een overtreding van dezelfde pragma-dialectische discussieregel die het gebruik en de correcte toepassing van argumentatieschema's normeert in die fase van een kritische discussie waarin door de partijen pro- en contra argumenten worden aangevoerd om de aanvaardbaarheid van een standpunt kritisch te toetsen: de argumentatiefase.

Hoe staan gewone taalgebruikers tegenover deze ondeugdelijke zinnen?

5. Oordelen over het *argumentum ad consequentiam*

Volgens Walton (1999) is Aristoteles de eerste in de geschiedenis geweest die in zijn *Topica* aan het *argumentum ad consequentiam* systematisch aandacht heeft besteed. Om onverklaarbare redenen is deze drogreden echter in de loop der tijden van het – op Aristotelische leest geschoeide – conventionele lijstje van drogredenen verdwenen: “As so often happened with informal fallacies, Aristotle had a good idea, but subsequent generations either watered it down, or distorted it, or simply ignored it altogether” (Walton 1999: 311). Pas in 1879 treft men weer een verhandeling aan over het *argumentum ad consequentiam* aan, en wel in een tekstboek van McCosh (1879: 189–190). Nadat deze McCosh er expliciet aandacht aan heeft besteed, lijkt het *argumentum ad consequentiam* langzaam door te sijpelen naar de inleidende logica-handboeken. Sinds die tijd heeft deze drogreden zich een vaste plaats weten te veroveren in (wat door Hamblin getypeerd wordt als) de ‘Standard Treatment of fallacies’ (Hamblin 1970).

Als we Waltons nogal complexe en op bepaalde punten nogal onduidelijk betoog goed interpreteren, dan onderscheidde Aristoteles een redelijke en een onredelijke variant van dit type argumentatie (en idem dito: McCosh die dit type in sommige gevallen redelijk, in andere gevallen onredelijk achtte). Het *argumentum ad consequentiam* kan echter, zoals betoogd, nooit een redelijke discussiezet zijn omdat daarbij – althans in de door ons bedoelde interpretatie – een *descriptief* standpunt (een standpunt dus waarin verwezen wordt naar een feitelijke stand van zaken in de werkelijkheid) ondersteund wordt met een *evaluatief* argument waarin een waardeoordeel wordt uitgedrukt dat op de onwenselijke gevolgen van het standpunt wijst. Maar of iets waar is of niet, hangt niet af van de vraag of we dit leuk vinden of niet. Anders uitgedrukt: het bij het *argumentum ad consequentiam* gehanteerde argumentatieschema dat een specifieke invulling van een causale relatie vormt, is niet geschikt. Een voorbeeld ter illustratie, ontleend aan ons testmateriaal:

- A: Het kan niet zo zijn dat de liefde alleen maar een gevolg is van een chemische reactie van hormonen.
 B: Waarom niet?
 A: Ja, dan wordt het allemaal wel erg onromantisch.

5.1 Overwegingen bij de opzet; materiaal. Aan 39 HBO-scholieren, in leeftijd variërend van 17 tot 25 jaar, werden in totaal 48 discussiefragmenten voorgelegd met de vraag aan te geven in welke mate zij de laatste gespreksbeurt in een fragment (in bovenstaand voorbeeld de tweede beurt van A) redelijk dan wel onredelijk vonden. Dit oordeel konden ze telkens kenbaar maken op een 7-punt Likertschaal die varieerde van 1 (=zeer onredelijk) tot 7 (=zeer redelijk). De betreffende scholieren hadden nog nooit argumentatieonderwijs gehad.

Van de 48 geconstrueerde fragmenten bevatten er 12 een *argumentum ad consequentiam*, 24 fragmenten bevatten deugdelijke argumentatie en de overige 12 fragmenten bestonden uit zogenaamde 'fillers': 4 *tu quoque* drogredenen, 4 directe persoonlijke aanvallen en 4 drogredenen waarbij de bewijslast werd verschoven.

De functie van deze fillers is tweeledig: (1) ze moeten voorkomen dat de proefpersonen achter het eigenlijke doel van het onderzoek komen, m.a.w. ze moeten variatie in uiterlijke vorm van de fragmenten bewerkstelligen en variatie in het type drogreden dat in die fragmenten wordt begaan; (2) ze moeten een stabiliteitscontrole en daarmee een controle op de validiteit van de data mogelijk maken. Uit ons eerdere empirisch onderzoek is niet alleen bekend hoe redelijk of onredelijk gewone taalgebruikers deze drogredenen vinden, maar ook hoe hun relatieve positie op de redelijkheidsschaal is ten opzichte van elkaar. Kort samengevat: de directe persoonlijke aanval en de drogreden van het verschuiven van de bewijslast worden beide in ongeveer dezelfde mate onredelijk gevonden, terwijl de *tu quoque*-variant van het *argumentum ad hominem* veel redelijker wordt gevonden en, afhankelijk van de context en situatie waarin het te beoordelen discussiefragment wordt aangeboden⁴, tendeeert naar redelijkheid. Deze absolute en ordinale verhoudingen zullen zich ook in dit onderzoek moeten voordoen, wil men enige staat kunnen maken op de resultaten. Blijken de verhoudingen radicaal anders uit te vallen, dan vormt die uitkomst een diskwalificatie van de data. Ook het omgekeerde geldt: blijken de verhoudingen gerepliceerd te kunnen worden, dan neemt het vertrouwen in de deugdelijkheid van de data toe. De fillers fungeren dus als poortwachter voor de validiteit.

Hieronder volgt van elk van de drie typen fillers een voorbeeld uit het aan de proefpersonen voorgelegde materiaal. Teneinde de interpretaties van de discussiefragmenten te homogeniseren, worden alle fragmenten aangeboden in een 'welbepaalde context':

drogreden van het ontduiken van de bewijslast

(Twee vriendinnen tegen elkaar)

A: Volgens mij is jouw vriendje een beetje achterbaks.

B: Hoezo?

A: Nou, leg jij maar eens uit dat hij dat niet is.

drogreden van de directe persoonlijke aanval

(Echtpaar in een garage)

A: Volgens mij rijdt een Ford gewoon beter; hij zoekt over de weg.

B: Daar kan jij niet over oordelen; je hebt geen verstand van auto's.

tu quoque-variant van het *argumentum ad hominem*

(Man tegen zijn vrouw)

A: Volgens mij kun je beter niet zoveel chocola eten, schat; da's slecht voor de lijn.

B: Zeg jij maar niets; jouw buikje wordt ook steeds ronder.

De helft van de aan de proefpersonen ter beoordeling voorgelegde fragmenten (24) bevatte deugdelijke argumentatie; twaalf van die 24 deugdelijke fragmenten bevatte pragmatische argumentatie, de overige twaalf niet-pragmatische argumentatie. Dit laatste type fragmenten fungeert als *baseline* waartegen de (on)redelijkheid van de onderzochte drogredenen zal worden afgezet. Voorspeld wordt dat (a) de proefpersonen het *argumentum ad consequentiam* (in relatieve zin) onredelijker zullen vinden dan de twee deugdelijke vormen van argumentatie, en dat (b) deze drogredenen in absolute zin onredelijk wordt bevonden; dit laatste in tegenstelling tot de deugdelijke argumentatie die in absolute zin als redelijk zal worden beoordeeld. Dit is voorspelling I die aan de hand van de te verzamelen gegevens ook getoetst zal worden.

Met opzet bevat een deel van de deugdelijke argumentaties pragmatische argumentatie. Pragmatische argumentatie is immers, evenals het hier onderzochte *argumentum ad consequentiam*, een vorm van causale argumentatie. Maar anders dan bij het *argumentum ad consequentiam* waar een descriptief standpunt ondersteund c.q. ontkracht wordt met een evaluatief argument, wordt bij pragmatische argumentatie een *normatief* (appellerend) standpunt ondersteund met een evaluatief argument – en daar is op zichzelf niets mis mee. Een beleidsmaatregel, een plan of een maatregel kan adequaat verdedigd of afgewezen worden door erop te wijzen dat daarmee een goed of wenselijk (respectievelijk slecht of onwenselijk) doel wordt gediend. Als de proefpersonen inderdaad pragmatische argumentatie redelijker achten dan het *argumentum ad consequentiam*, dan mag daaruit afgeleid worden dat dit het gevolg is van het incorrecte gebruik van het causale argumentatieschema. We koppelen hier een tweede voorspelling aan vast. Voorspelling II: de proefpersonen zullen geen onderscheid in redelijkheid aanbrengen tussen de twee vormen van deugdelijke argumentatie, te weten pragmatische en niet-pragmatische argumentatie. Uit beide voorspellingen kan logisch worden afgeleid dat de proefpersonen het *argumentum ad consequentiam* onredelijker zullen vinden dan het daarop lijkende type argumentatie, i.c. pragmatische argumentatie. Een voorbeeld van elk type deugdelijke argumentatie:

pragmatische argumentatie
(Twee leerkrachten tegen elkaar)

A: We moeten nooit geheel gecomputeerd onderwijs geven.

B: Waarom niet?

A: Nou, het is van belang dat de student ook sociale contacten ontwikkelt, en dat kan niet achter een pc.

deugdelijke, niet-pragmatische argumentatie
(Twee wetenschappers op een congres)

A: Toch is er volgens mij iets mis met die energie-geleidingstheorie van u; hij klopt van geen kant.

B: Dat hebt u nou al drie keer gezegd, maar u kunt niet eens aangeven wat er dan precies mis mee is.

A: Om te beginnen is die theorie niet in overeenstemming met de bekende feiten.

5.2 Resultaten. In Tabel 1 staan de resultaten. De fillers (zie onderste helft Tabel 1) gedragen zich precies zoals voorspeld: de directe persoonlijke aanval en de drogreden van het ontduiken van de bewijslast worden (in absolute zin) in min of meer dezelfde mate onredelijk gevonden, terwijl de *tu quoque*-variant van het *argumentum ad hominem* naar redelijkheid tendeert en van de drie onderzochte fillers (in relatieve zin) als het minst onredelijk wordt beoordeeld. Kortom, deze uitkomsten geven geen aanleiding om op voorhand te twifelen aan de validiteit van de data en vormen een rechtvaardiging voor een nadere analyse van de drogreden waar het ons in dit onderzoek eigenlijk om te doen is: het *argumentum ad consequentiam*.

Tabel 1 Gemiddelde redelijkheidsscore (tussen haakjes: standaarddeviatie) voor de drogreden *argumentum ad consequentiam* en voor twee typen deugdelijke argumentatie (pragmatische en niet-pragmatische). Onderste helft tabel: gemiddelde redelijkheidsscore voor drie typen fillers (*tu quoque*, de directe persoonlijke aanval en de drogreden van het verschuiven van de bewijslast); k=aantal representaties

	Gem.	sd	k
<i>Argumentum ad consequentiam</i>	2.64	(.82)	12
Pragmatische argumentatie	5.03	(.57)	12
Niet-pragmatische argumentatie	5.27	(.60)	12
<i>Tu quoque</i>	3.83	(.86)	4
Directe persoonlijke aanval	2.76	(.93)	4
Verschuiven van de bewijslast	2.47	(.94)	4

(1=zeer onredelijk; 4=noch onredelijk, noch redelijk; 7=zeer redelijk)

De 39 HBO-studenten maken, zo blijkt uit de resultaten in Tabel 1 (zie bovenste helft), een scherp onderscheid in redelijkheid tussen het *argumentum ad consequentiam*, de deugdelijke pragmatische argumentatie en de deugdelijke niet-pragmatische argumentatie ($F(2,58)=47.28$; $p<.001$; $pv=.45$). Zoals voorspeld discrimineren zij niet tussen pragmatische en niet-pragmatische argumentatie, die in min of meer dezelfde mate redelijk wordt geacht ($F(1,58)<1$). Zoals verder voorspeld wordt het *argumentum ad consequentiam* (in absolute zin) zonder meer als een onredelijke zet gezien (i.c. 2.64) die (in relatieve zin) als veel onredelijker wordt beschouwd dan de twee deugdelijke typen argumentatie ($F(1,58)=93.78$; $p<.001$).⁵

De twee voorspellingen blijken dus consistent met de data; daaruit mag, zoals betoogd, afgeleid worden dat de proefpersonen wel degelijk gevoelig zijn voor het in een argumentatie gebruikte schema. Hoe dat verder ook zij, als discussiezet oordelen onze proefpersonen zonder meer negatief over het *argumentum ad consequentiam*.

6. Oordelen over het *argumentum ad populum*

De benaming *argumentum ad populum* (letterlijk: een argument gericht tot het volk) is pas in de negentiende eeuw gemeengoed geworden, vooral dankzij de boeken over logica en retorica van de Engelse filosoof Richard Whately. Tegenwoordig staat dit ‘argument’ vooral bekend als een vorm van *non-argumentatie*: in plaats van argumenten worden er andere,

oneigenlijke (retorische) discussiemiddelen in de strijd geworpen. Is dit laatste het geval, dan wordt de vierde pragma-dialectische discussieregel, de relevantieregel, overtreden ('Een standpunt mag alleen worden verdedigd door argumentatie naar voren te brengen die op dit standpunt betrekking heeft'). In plaats van argumentatie naar voren te brengen voor het standpunt dat ter discussie staat, wordt ingespeeld op de emoties, sentimenten of vooroordelen van 'het grote publiek'.

Uitgaande van Aristoteles' klassieke indeling van de overredingsmiddelen met behulp van de begrippen 'logos', 'ethos' en 'pathos' kan gesteld worden dat bij het gebruik van dit *argumentum ad populum* (althans de variant die we hier bespreken) *pathos* de plaats inneemt van *logos*. Daarom kan deze drogreden waarbij wordt ingespeeld op de emoties en gevoelens van het publiek, gekarakteriseerd worden als een van de vormen van de *pathetische* drogreden. De achttiende-eeuwse Engelse logicus Isaac Watts die als eerste het gebruik van *pathos* in het overtuigingsproces als drogreden beschrijft, hanteert in dit verband dan ook de aanduiding *argumentum ad passiones*.

Hieronder staat een voorbeeld van het pathetische *argumentum ad populum*. Het voorbeeld is afkomstig uit een ingezonden brief (van Maria Heijmans) naar aanleiding van een discussieprogramma over de vraag of terreurbestrijding de Nederlandse rechtstaat bedreigt:

Wanneer de heer Diepenhorst het bijvoorbeeld heeft over onschuldige vrouwen en kinderen die het slachtoffer van terreur zijn geworden, is dat een vals bespelen van het sentiment van de juryleden. En wel omdat het even erg is als mannen het slachtoffer worden. Gewone mannen of agenten van politie of soldaten. Meestal hebben deze mannen vrouw en kinderen en altijd een moeder, die veel verdriet en soms moeilijkheden krijgt wanneer ze deze mannen moeten missen.
(*de Volkskrant*, 14-1-1978)

Naast het *argumentum ad populum* als pathetische drogreden bestaat er een heel andere vorm van het *argumentum ad populum* die ook wel bekend staat onder de naam *populistische drogreden*. Het is deze vorm waarop wij ons in ons empirisch onderzoek geconcentreerd hebben. Wat houdt deze vorm in?

Bij de populistische drogreden wordt de kwantiteit van de personen die een bepaald standpunt huldigen, kortom het *aantal* mensen dat iets vindt, als argument aangevoerd ter ondersteuning van een standpunt: iets is zo omdat iedereen het vindt. In de Engelstalige literatuur wordt deze drogreden treffend getypeerd als 'mob appeal' of, wanneer het publiek wat kleiner en exclusiever is, 'snob appeal'.

Een voorbeeld van de populistische drogreden, afkomstig uit een advertentie van Black & Decker voor een 'kruimeldief':

Van géén andere zult u zó lang plezier beleven als van de enige èchte Kruimeldief van Black & Decker. Wij zeggen dat natuurlijk niet zo maar. Wij weten dat wij het gelijk van één miljoen Nederlandse gezinnen aan onze zijde hebben; zoveel Kruimeldieven doen namelijk dagelijks dienst in Nederland.
(*de Volkskrant*, 1-5-1984)

Bij deze populistische drogreden is, anders dan bij de pathetische variant, wel degelijk sprake van argumentatie, maar het toegepaste argumentatieschema is verkeerd gekozen. Er is hier een argumentatieschema gebruikt dat een specifieke invulling van een kentekenrelatie vormt: het zich beroepen op de massa als autoriteit. Bij dit type zogenoemde *autoriteitsargumentatie* wordt de deskundigheid, het gezag of de speciale positie van een persoon of instantie als *teken* beschouwd van de aanvaardbaarheid van de proposities die aan de bron worden toegeschreven. Anders uitgedrukt: een propositie wordt als aanvaardbaar beschouwd omdat een gezaghebbende bron zegt dat iets zo is.

Een protagonist kan dit argumentatieschema bij de verdediging van zijn standpunt alleen toepassen als de antagonist dit als deugdelijk erkent; als de protagonist dit argumentatieschema kiest terwijl hij wéét of kan weten dat de antagonist dit schema principieel niet erkent, maakt hij zich schuldig aan een overtreding van regel 7. De overtreding staat bekend als *autoriteitsdrogreden* of het *argumentum ad verecundiam*. De aangehaalde autoriteit hoeft niet noodzakelijk een persoon te zijn: het kan ook om een schriftelijke bron gaan (de Bijbel of *Das Kapital*), of om de traditie, of om het aantal mensen dat iets vindt. Het door ons onderzochte *argumentum ad populum* (de populistische variant) kan dus gekarakteriseerd worden als een subvariant van het *argumentum ad verecundiam*. Evenals het in de vorige paragraaf besproken *argumentum ad consequentiam* wordt ook het *argumentum ad populum* algemeen als een drogreden beschouwd die in geen enkel overzicht mag ontbreken.

6.1 Opzet; materiaal. Aangezien het empirisch onderzoek naar de populistische drogreden dezelfde opzet heeft als dat naar het *argumentum ad consequentiam* (en datzelfde geldt trouwens ook voor de twee in de volgende paragrafen te onderzoeken drogredenen) en aangezien de aard van de voorspellingen dezelfde is als die in het vorige onderzoek, volstaan we hier met een korte schets.

Ook de proefpersonen in dit onderzoek (48 scholieren van vwo-4 en 5) konden als ‘naïeve’, gewone taalgebruikers worden beschouwd, zo leerde informeren vooraf. De proefpersonen kregen in totaal 36 fragmenten voorgelegd; in zes daarvan werd de populistische drogreden begaan (zie Tabel 2 voor een precieze verdeling van de items in de test). Zoals in het voorgaande onderzoek naar het *argumentum ad consequentiam* deze drogreden met opzet gecontrasteerd werd met pragmatische argumentatie, zo wordt in dit onderzoek de populistische drogreden vergeleken met wat we hier gemakshalve ‘populistische argumentatie’ zullen noemen. In dit type deugdelijke argumentatie wordt een (descriptief) standpunt verdedigd door resultaten van onderzoek, interviews of enquêtes aan te halen waarin ‘het volk’, ‘de meerderheid’, ‘de gemiddelde Nederlander’, kortom ‘het populum’ als kwantitatief bewijsmateriaal wordt aangevoerd. Een voorbeeld van de populistische drogreden en van populistische argumentatie:

populistische drogreden
(Toeristen op Schiphol)

A: Amsterdam is de meest criminele stad van Nederland.

B: Hoe kom je daarbij?

A: Nou, dat vindt toch iedereen.

populistische argumentatie

A: Frankrijk is een populair vakantieland.

B: Waar baseer je dat op?

A: Uit de resultaten van een enquête blijkt dat de meeste Nederlanders naar Frankrijk op vakantie gaan.

6.2 Resultaten. Blijkens de resultaten (zie onderste helft Tabel 2) gedragen de drie typen fillers zich weer zoals verwacht mag worden: de *tu quoque*-drogreden wordt van de drie typen fillers weer de meest redelijke zet gevonden, de twee andere drogredenen worden weer zonder meer afgekeurd.

Tabel 2 Gemiddelde redelijkheidsscore (tussen haakjes: standaarddeviatie) voor het *argumentum ad populum* en voor twee typen deugdelijke argumentatie (populistisch en niet-populistisch). Onderste helft tabel: gemiddelde redelijkheidsscore voor drie typen fillers (*tu quoque*, de directe persoonlijke aanval en de drogreden van het verschuiven van de bewijslast). *k* = aantal representaties

	Gem.	sd	k
<i>Argumentum ad populum</i>	2.77	(.80)	6
Populistische argumentatie	5.02	(.78)	6
Niet-populistische argumentatie	5.88	(.73)	6
<i>Tu quoque</i>	4.05	(.72)	6
Directe persoonlijke aanval	2.82	(.72)	6
Verschuiven van de bewijslast	2.84	(.83)	6

(1=zeer onredelijk; 4=noch onredelijk, noch redelijk; 7=zeer redelijk)

Het *argumentum ad populum* en de twee deugdelijke vormen van argumentatie: populistische argumentatie en niet-populistische argumentatie, worden op statistisch betrouwbare wijze van elkaar onderscheiden ($F(2,20)=19.92$; $p<.001$; $pv=.40$). Tussen de twee vormen van deugdelijke argumentatie die beide als redelijk worden beoordeeld, wordt verder geen substantieel verschil in redelijkheid gemaakt ($F(1,20)<1$); de populistische drogreden daarentegen blijkt veel onredelijker te worden gevonden dan de twee deugdelijke vormen ($F(1,20)=64.47$; $p<.001$).

7. Oordelen over de drogreden van het hellend vlak

Naast het *argumentum ad consequentiam* is er nog een ander bekend type drogreden in de oorzaak-gevolg-sfeer: de drogreden van het hellend vlak (in het Engels: *slippery slope* = glibberig pad/helling (Walton 1992)).⁶ Het in deze drogreden toegepaste schema wordt in de vakliteratuur ook wel het schema van de kwalijke gevolgen genoemd.

Het argumentatieschema van het aangeven van gevolgen of consequenties – dus het schema waarvan sprake is bij pragmatische argumentatie – is zoals gezegd een specifieke invulling van een causale relatie. Een van de kritische vragen is of datgene wat als gevolg wordt voorgesteld inderdaad zal optreden. Als een maatregel wordt afgewezen op grond van de uiterst negatieve effecten die hij zal hebben – terwijl deze effecten helemaal niet zullen optreden, dan wordt het schema verkeerd *toegepast*.

De pragma-dialectische argumentatieschemaregel empirisch onderzocht

Een veel voorkomend misbruik van dit schema houdt in dat ten onrechte gesuggereerd wordt dat we met een maatregel *onherroepelijk*, met ijzeren consequentie, van kwaad tot erger zullen vervallen. Dit is het gevaar waar in uitdrukkingen als ‘Dan is het einde zoek’, ‘Dan is het hek van de dam’, ‘Daarmee komen we op een hellend vlak’, ‘Dan breekt de hel los’ naar verwezen wordt.

In principiële discussies als die over de legalisering van abortus en over euthanasie zien we deze drogreden geregeld terug. Als we dát eenmaal toestaan, zo wordt betoogd, zetten we de deur wagenwijd open naar de gaskamers à la nazi-Duitsland. Een voorbeeld in deze trant verschaft de cabaretier Freek de Jonge als hij in het damesblad *Viva* de interviewer zijn mening geeft over euthanasie:

Ik zal je zeggen waar we naar toe gaan. ‘We hebben besloten om op vrijdag op wintersport te gaan. Als opa nou dinsdag doodgaat, kunnen we hem donderdag nog begraven en gaan we toch vrijdag nog lekker weg.’ Natuurlijk, zo ver is het nog niet, maar zodra euthanasie wettelijk wordt toegestaan, zal het uiteindelijk zo gaan. Al die dingen die we vroeger verderfelijk vonden, euthanasie en de selectiepraktijken van de nazi’s, daarvan is tachtig procent gerealiseerd en honderd procent geaccepteerd. (*Viva*, 27/12-3/1 1992)

In een tweede, soortgelijk voorbeeld afkomstig van Gijs Schreuders wordt het hellend vlak zelfs expliciet genoemd:

Door rechtens te erkennen dat het levenseinde een zelfbeschikkende daad van een individueel mens mag zijn, komen we op een hellend vlak dat onherroepelijk voert naar de exterminatie van chronisch zieken en invaliden. (*de Volkskrant*, 20-2-1995)

De in bovenstaande voorbeelden gebezigde uitdrukkingen als ‘zal het uiteindelijk zo gaan’ en ‘onherroepelijk’ zijn indicatief voor de drogreden van het hellend vlak: het zijn lapidaire uitdrukkingen als deze die aan de geschetste, fatalistische gevolgen een puur deterministisch karakter verlenen waarin voor probabilistisch denken geen plaats meer is: onafwendbaar gaan we de catastrofe tegemoet.

Anders dan bij de twee eerder besproken drogredenen, het *argumentum ad consequentiam* en het *argumentum ad populum*, ontbreekt bij de drogreden van het hellend vlak een formeel criterium waarmee ondubbelzinnig kan worden vastgesteld of een concreet fragment voldoet aan de theoretische specificaties van het abstracte ideaalmodel: wanneer helt het vlak zo sterk dat met zekerheid voorspeld kan worden dat we echt zullen afglijden? Wanneer is het hek *echt* van de dam? Uit experimenteer-technisch oogpunt is het dan ook veel lastiger – in vergelijking met de twee eerder onderzochte drogredenen – om fragmenten te construeren die een adequate afspiegeling vormen van het bedoelde type drogreden. De onvermijdelijke consequentie van dit netelige probleem is een verlies aan interne validiteit: eventueel negatieve onderzoeksuitkomsten (i.c. de proefpersonen achten de *slippery slope* een alleszins redelijke zet) kunnen makkelijk alternatief verklaard worden door te wijzen op de gebrekkige operationalisatie. Ook het omgekeerde kan het geval zijn: achten de proefpersonen de *slippery slope* onredelijk, dan kan dat makkelijk worden toegeschreven niet zozeer aan het deficiënte argumentatieve karakter van deze zet, maar aan het absurde, niet-

realistische karakter van de geconstrueerde fragmenten waarin een lange causale keten van onwaarschijnlijke, elkaar opvolgende gevolgen tot een rampzalige situatie leidt. Gezien deze problematiek (die overigens ook een rol speelt bij de in de volgende paragraaf te bespreken drogreden: de drogreden van de verkeerde analogie) is het zaak het realiteitsgehalte van de te construeren fragmenten goed in de gaten te houden.⁷

7.1 Opzet; materiaal. Ook nu weer werden zes typen fragmenten geconstrueerd (zie Tabel 3) op grond van soortgelijke overwegingen als die welke in het in paragraaf 5 en 6 beschreven onderzoek een rol speelden. De geconstrueerde fragmenten die (deugdelijke) pragmatische argumentatie bevatten, vormen uiteraard hét cruciale contrast met de drogreden van het hellend vlak (immers, de aan beide typen argumentaties ten grondslag liggende schema's zijn identiek). Om pragmatische argumentatie zo sterk mogelijk op de drogreden van het hellend vlak te doen lijken, werden bij pragmatische argumentatie meerdere gevolgen opgesomd zodat er een lange reeks (zij het geen keten) van wenselijke of onwenselijke 'consequenties' optrad. Zie de voorbeelden:

drogreden van het hellend vlak

(Twee vrienden op straat)

A: Ik vind niet dat je je kauwgum op straat mag gooien.

B: Hoezo?

A: Voor je het weet gooit iedereen zijn kauwgum op straat. Dan duurt het niet lang meer voor mensen ook lege blikjes overal neerkwakken en binnen de kortste keren dumpt iedereen zijn vuilniszakken gewoon op straat. Uiteindelijk ligt de straat zo vol dat je er niet eens meer veilig kunt lopen.

pragmatische argumentatie

(Vader tegen zoon)

A: Ik wil niet dat je een tatoeage op je bovenarm laat zetten.

B: Waarom nou niet?

A: Voordat je het weet wil je er weer van af. Als je de tatoeage dan laat weghalen wordt je huid nooit meer zo glad als daarvoor. En er zijn genoeg mensen die nu balen van hun rimpel huid. Die hadden liever nooit een tatoeage gehad.

7.2 Resultaten. Aan dit onderzoek werkten 39 ('naïeve') proefpersonen mee (middelbare scholieren van 5 en 6 vwo). Blijkens de resultaten (zie onderste helft Tabel 3) gedragen de drie typen fillers zich ook in dit onderzoek zoals verwacht: de *tu quoque*-drogreden wordt in relatieve zin weer het meest redelijk gevonden, de twee andere drogredenen worden weer sterk afgekeurd.

De pragma-dialectische argumentatieschemaregel empirisch onderzocht

Tabel 3 Gemiddelde redelijkheidsscore (tussen haakjes: standaarddeviatie) voor de drogreden *slippery slope* en voor twee typen deugdelijke argumentatie (pragmatische en niet-pragmatische). Onderste helft tabel: gemiddelde redelijkheidsscore voor drie typen fillers (tu quoque, de directe persoonlijke aanval en de drogreden van het verschuiven van de bewijslast). k=aantal representaties

	Gem.	sd	k
<i>Slippery slope</i>	3.31	(.78)	6
Pragmatische argumentatie	4.97	(.64)	6
Niet-pragmatische argumentatie	5.31	(.66)	6
<i>Tu quoque</i>	3.55	(.71)	7
Directe persoonlijke aanval	2.62	(.71)	5
Verschuiven van de bewijslast	2.09	(.79)	6

(1=zeer onredelijk; 4=noch onredelijk, noch redelijk; 7=zeer redelijk)

De drogreden van het hellend vlak, de (deugdelijke) pragmatische en niet-pragmatische argumentaties worden in statistisch significante zin qua redelijkheid van elkaar onderscheiden ($F(2,18)=9.62$; $p<.01$; $pv=.25$). De proefpersonen maken echter geen onderscheid in redelijkheid tussen de twee deugdelijke vormen van argumentatie, i.c. de pragmatische en niet-pragmatische argumentatie ($F(1,18)<1$). De drogreden van het hellend vlak daarentegen wordt substantieel onredelijker gevonden dan de twee deugdelijke typen argumentaties ($F(1,18)=18.68$; $p<.001$). Ook absoluut gezien oordelen de proefpersonen negatief over deze zet.

8. Oordelen over de drogreden van de verkeerde vergelijking

De fouten die verband houden met het argumentatieschema van de vergelijkingsrelatie staan bekend onder de verzamelnaam drogreden van de *verkeerde vergelijking*. Dankzij het werk van de Engelse logicus Abraham Fraunce heeft deze drogreden in de 17de eeuw zijn intrede gedaan in de vakliteratuur. Helaas moet deze drogreden het, overigens net zoals de *slippery slope*, zonder een chique Latijnse naam stellen; meestal wordt hij aangeduid met de Engelse term *false analogy*.

In sommige specifieke contexten, bijvoorbeeld in de juridische (strafrechterlijke) sfeer, staat het gebruik van het schema van de vergelijkingsrelatie ter discussie. Sommige rechtsgeleerden zijn van oordeel dat de rechter bij een leemte in de wet nimmer van analogieargumentatie gebruik mag maken (het zogeheten analogie-verbod in het strafrecht); andere oordelen in dit verband wat milder (Kloosterhuis 2002: 161-177). In meer alledaagse discussiecontexten echter zal niet zozeer het gebruik van dit schema ter discussie staan, als wel de wijze waarop het is toegepast.

Maar wanneer – onder welke condities – is een vergelijking dan verkeerd? De vergelijking van Boudewijn Büch tussen antiquarische boekhandelaren en supermarkteigenaren is, hoe komisch ook, als vergelijking enigszins dubieus – men kan het er wel of niet mee eens zijn. Maar soms is het evident dat het ronduit absurd is de als analoog gepresenteerde gevallen als vergelijkbare gevallen te zien. Neem het volgende voorbeeld, afkomstig van een

Amsterdamse taxichauffeur, die zich in een interview op het NOS-journaal (1991) naar aanleiding van de protesten in de taxiwereld tegen de invoering van zogenaamde treintaxi's als volgt uitliet:

Interviewer: Maar het gaat toch maar om vijftien treintaxi's?

Taxichauffeur: Vijftien. Moet je 's luisteren. Als je nu twee konijnen in een hok stopt, hoeveel heb je er dan over twee maanden?

Ook al mag dan – conform het overbekende spreekwoord – elke vergelijking mank gaan, het gaat te ver om daaruit te concluderen dat elke argumentatie die op een vergelijkingsrelatie is gebaseerd, ook automatisch fout is. Of argumentatie waarin dit schema gebruikt is een drogreden genoemd moet worden is afhankelijk van het oordeel over de vraag of de met elkaar vergeleken gevallen op essentiële punten van elkaar verschillen. Maar wat zijn dan *essentiële* punten, hoe groot moet een verschil zijn om te concluderen dat er sprake is van een *substantieel*, een 'echt' verschil? Net zoals dat bij de drogreden van de *slippery slope* het geval is, levert de ontstentenis van ondubbelzinnige criteria die tot een uniforme beantwoording van deze vragen leiden, complicaties op in experimenteel-technische zin. Ook nu weer zullen de te construeren fragmenten waarin – naar ons oordeel – sprake is van een verkeerde vergelijking, voldoende realiteitswaarde moeten bezitten, wil de interne validiteit geen geweld worden aangedaan.

8.1 Opzet; materiaal. De opzet van dit experiment is identiek aan die van de voorafgaande drie onderzoeken. Ook de 47 proefpersonen (vwo-5 en 6) in dit onderzoek hadden nog geen argumentatie-onderwijs gehad. Ze kregen in totaal 42 fragmenten ter beoordeling voorgelegd (voor het type fragment en de verdeling in de test: zie Tabel 4). Ook nu zijn de fragmenten weer zo geconstrueerd dat er een in methodologisch opzicht cruciaal contrast kan worden uitgevoerd: de fragmenten waarin de drogreden van de verkeerde vergelijking wordt begaan, worden vergeleken en afgezet tegen die waarin deugdelijke analogie-argumentatie wordt gehanteerd. Een voorbeeld van de drogreden van de verkeerde analogie (gebaseerd op een uitspraak van Marco van Basten in een interview in *Football International* in maart 2002) en vervolgens een met deugdelijke analogie-argumentatie:

drogreden van de verkeerde analogie

(Twee directieleden van een voetbalclub tegen elkaar)

A: De spelregels voor het voetbal zouden aangepast moeten worden om het voetbal aantrekkelijker te maken voor het publiek.

B: Hoezo kom je daar nu bij?

A: Een commercieel bedrijf verandert zijn producten ook voortdurend om ze aantrekkelijker te maken voor de consument.

deugdelijke analogie argumentatie

(Dochter tegen haar ouders)

A: Ik vind dat ik nu 3 euro zakgeld in de week moet krijgen.

B: Waarom?

A: Toen mijn zus zo oud was, kreeg ze ook 3 euro zakgeld per week.

8.2 Resultaten. Aan dit experiment werkten 46 scholieren mee (van 4 en 5 vwo) die geen ervaring hadden met de argumentatietheorie. De scholieren beoordeelden de drie typen fillers zoals voorspeld.

Tabel 4 Gemiddelde redelijkheidsscore (tussen haakjes: standaarddeviatie) voor de drogreden van de verkeerde analogie, en voor twee typen deugdelijke argumentatie (analogie en niet-analogie). Onderste helft tabel: gemiddelde redelijkheidsscore voor drie typen fillers (*tu quoque*, de directe persoonlijke aanval en de drogreden van het verschuiven van de bewijslast). *k*=aantal representaties

	Gem.	sd	k
Drogreden van de verkeerde analogie	3.14	(.70)	13
Analogie-argumentatie	5.02	(.67)	5
Niet-analogie argumentatie	4.74	(.83)	6
<i>Tu quoque</i>	3.83	(.74)	6
Directe persoonlijke aanval	2.23	(.65)	6
Verschuiven van de bewijslast	2.62	(.98)	6

(1=zeer onredelijk; 4=noch onredelijk, noch redelijk; 7=zeer redelijk)

De drogreden van de verkeerde analogie wordt substantieel onredelijker gevonden dan de fragmenten waarin geen regel is overtreden ($F(1,24)=23.49$; $p<.001$; $pv=.29$). Volgens het oordeel van de proefpersonen is (deugdelijke) analogie-argumentatie niet redelijker of onredelijker dan andere vormen van deugdelijke argumentatie ($F(1, 9)<1$).

9. Conclusies

De resultaten van de vier empirische studies naar overtredingen van de pragma-dialectische argumentatieschemaregel leveren een relatief homogeen en consistent beeld op: argumentatie waarin geen pragma-dialectische regel is overtreden, wordt consequent door de proefpersonen als redelijk beoordeeld, argumentatie waarin wel een regel is overtreden wordt in het overgrote deel van de gevallen (de *tu quoque* in een enkel geval uitgezonderd) onredelijk geacht – om het even of het nu gaat om de vrijheidsregel (in de hier gepresenteerde empirische onderzoeken geschonden via een directe persoonlijke aanval of via de *tu quoque*-variant van de persoonlijke aanval), om de bewijslastregel (geschonden via de drogreden van het verschuiven van de bewijslast) of om de argumentatieschemaregel (geschonden via een *argumentum ad consequentiam*, een *argumentum ad populum*, de drogreden van het hellend vlak en de drogreden van de verkeerde analogie).

Net als aan de vrijheidsregel die de confrontatiefase in een kritische discussie normeert, en net als aan de verdedigingsplichtregel die de openingsfase in een kritische discussie beregelt, kan aan de argumentatieschemaregel (een van de zes pragma-dialectische discussieregels die het discussiegedrag voor de argumentatiefase normeren) conventionele geldigheid niet ontzegd worden. Vergeleken met de situatie midden jaren 90 waarin in empirisch opzicht niets, maar dan ook helemaal niets bekend was over de vraag hoe gewone taalgebruikers tegenover de zetten staan die in de argumentatietheorie al eeuwen te boek staan als drogredenen, verkeren we nu in een radicaal andere positie: het *argumentum ad hominem* (in al zijn drie varianten: de *abu-*

sive-variant, de *circumstantial*-variant en de *tu quoque*-variant), het *argumentum ad baculum* (zowel de fysieke als de niet-fysieke variant daarvan), het *argumentum ad misericordiam*, de drogreden van het taboe verklaren van een standpunt, de drogreden van het verschuiven van de bewijslast, de drogreden van het ontduiken van de bewijslast (in een niet-gemengd geschil van mening), de drogreden van het ontduiken van de bewijslast (in een gemengd geschil van mening), het *argumentum ad consequentiam*, het *argumentum ad populum*, de drogreden van het hellend vlak en de drogreden van de verkeerde analogie – het zijn zonder uitzondering discussiezetten waarvan uit ons empirisch onderzoek van de afgelopen acht jaar gebleken is dat ze door gewone taalgebruikers als onredelijke zetten worden beschouwd. Wat de bewijslast ten aanzien van de conventionele geldigheid van de pragma-dialectische discussieregels betreft, verkeren we thans in een diametraal tegenovergestelde positie als in de jaren 90: de ‘burden of proof’ berust nu bij diegene die twijfels uit over de conventionele geldigheid van deze regels.

Noten

- 1 De in dit artikel aangehaalde voorbeelden van verschillende soorten drogredenen, afkomstig uit kranten, columns, ingezonden brieven enzovoort, zijn ontleend aan Van Eemeren, Grootendorst & Kruijer (1986), Van Eemeren & Grootendorst (1992), Van Eemeren, Grootendorst & Snoeck Henkemans (1995) en Van Eemeren & Grootendorst (1996).
- 2 De standpuntregel luidt: “Een aanval op een standpunt moet betrekking hebben op het standpunt dat ook werkelijk door de andere partij naar voren is gebracht”.
De relevantieregel luidt: “Een standpunt mag alleen worden verdedigd door argumentatie naar voren te brengen die op dit standpunt betrekking heeft”.
De verzwegen-argumentregel: “Iemand mag de tegenpartij niet ten onrechte verzwegen argumenten toeschrijven of zich onttrekken aan de verantwoordelijkheid voor een van zijn eigen argumenten”.
De uitgangspuntregel: “Iemand mag niet ten onrechte iets als gemeenschappelijk uitgangspunt presenteren of ten onrechte ontkennen dat iets een gemeenschappelijk uitgangspunt is”.
De geldigheidsregel: “De redeneringen die in de argumentatie tot uitdrukking worden gebracht, moeten geldig zijn of door explicitering van een of meer verzwegen argumenten geldig gemaakt kunnen worden”.
- 3 Propositionen kunnen naar hun aard onderverdeeld worden in descriptieve (ook wel: feitelijke), evaluerende en appellerende propositionen. In descriptieve propositionen worden feiten of gebeurtenissen beschreven (‘De Nederlandse economie stagneert’), in evaluerende propositionen wordt een oordeel over feiten of gebeurtenissen tot uitdrukking gebracht (‘De Nederlandse economie staat er slecht voor’), en in appellerende propositionen wordt aangegeven dat een bepaalde handelwijze moet worden opgevolgd (‘De Nederlandse economie moet een extra injectie krijgen’). De keuze van een argumentatieschema en de wijze waarop het moet worden toegepast, hangen onder meer samen met de aard van de propositionen die in het te verdedigen standpunt tot uitdrukking worden gebracht. Wat hier, in de tekst, ten behoeve van de leesbaarheid wordt beschreven als een feitelijke propositie (in het standpunt) en een normatief argument, is dus bij nadere beschouwing een descriptieve propositie (die in het standpunt tot uitdrukking wordt gebracht) en een evaluerende propositie (die tot uitdrukking wordt gebracht in het argument). Het punt waar het hier eigenlijk om draait, is dat het niet gerechtvaardigd is ter toetsing van een bewering (een descriptieve propositie) te wijzen op de ongewenste gevolgen van deze bewering (evaluerende propositie) omdat feiten en normen dan door elkaar worden gehaald (zoals het geval is bij een *argumentum ad consequentiam*).
- 4 Wordt de *tu quoque*-drogreden aangeboden in een huiselijke of politieke discussiecontext (contexten die beide nogal ver af staan van het ideaal van een kritische discussie), dan wordt hij door proefpersonen consequent redelijk geacht; wordt hij daarentegen aangeboden in een wetenschappelijke discussiecontext (een context die,

De pragma-dialectische argumentatieschemaregel empirisch onderzocht

vergeleken met de twee andere contexten, het ideaal van een kritische discussie het meest benadert), dan achten proefpersonen deze zet onredelijk (zie Van Eemeren, Garssen & Meuffels 2001).

- 5 Alle in dit artikel gerapporteerde F-ratio's zijn zogenaamde quasi F-ratio's. Het statistisch model op grond waarvan deze ratio's zijn berekend, betreft een multiple message, mixed design waarin de random factor 'respondent' gekruist is met de random factor 'replicaties' (representaties) die op zijn beurt genest is binnen de gefixeerde factor 'wel versus geen overtreding van regel 7' (met 3 niveaus: (1) ad consequentiam (2) pragmatische argumentatie (3) niet-pragmatische argumentatie). Na (statistische) toetsing van de gefixeerde factor 'wel versus geen overtreding van regel 7' zijn twee (orthogonale) Helmert-contrasten uitgevoerd: het eerste contrast betreft dat tussen de twee typen deugdelijke argumentatie, het tweede contrast dat tussen de onderzochte drogreden aan de ene kant en de twee typen deugdelijke argumentatie aan de andere kant. Als effectgrootte (p_v =proportie verklaarde variantie) is de door een factor verklaarde proportie SS van de totale 'within-variantie' berekend, d.w.z. de totale (within) SS minus de between SS die kan worden toegeschreven aan de 'nuisance' variabele respondent. De statistische analyses in de volgende paragrafen zijn identiek aan de hier toegepaste.
- 6 Hoe de *slippery slope*, historisch gezien, op de lijstjes van 'fallacies' in de inleidende logica-tekstboeken terecht is gekomen, is volgens Walton (die een monografie over deze drogreden schreef) "something of a mystery. Aristotle did not include the slippery slope argument in his original list of fallacies, and Hamblin (1970) makes no mention of it as a recognized type of fallacy (...). (It becomes) fairly common only in recent ones". (Walton 1992: 5).
- 7 Zo veel als mogelijk was, werd getracht discussiefragmenten waarin de *slippery slope* wordt begaan, te ontleenen aan bestaande bronnen (kranten, columns, ingezonden brieven, interviews, enzovoort) teneinde de validiteit te waarborgen. Eenmaal geconstrueerd en aangepast aan de eisen van ons experimenteel ontwerp, werden de fragmenten door drie (onafhankelijk van elkaar opererende) pragma-dialectici op adequaatheid beoordeeld. Dezelfde procedure werd ook toegepast bij de constructie van fragmenten met een drogreden van de verkeerde vergelijking.

Bibliografie

- Eemeren, F.H. van, B. Garssen & B. Meuffels** (2000). Oordelen over het verschuiven van de bewijslast. In: Rob Neutelings, Nicole Ummelen & Alfons Maes (red.) *Over de grenzen van de taalbeheersing; onderzoek naar taal, tekst en communicatie*. (129-140). Den Haag: SDU.
- Eemeren, F.H. van, B. Garssen & B. Meuffels** (2001). De pragma-dialectische vrijheidsregel empirisch onderzocht. *Tijdschrift voor taalbeheersing*, 23, nr. 2, 106-131.
- Eemeren, F.H. van, B. Garssen & B. Meuffels** (2002). De rol van presumpties bij het ontduiken van de bewijslast. *Tijdschrift voor taalbeheersing*, 24, nr. 2, 120-145.
- Eemeren, F.H. van, B. Garssen & B. Meuffels** (2003). Oordelen over de drogreden van het ontduiken van de bewijslast (lezing voor het 9^{de} VIOT-congres, gehouden te Antwerpen december 2002; in druk).
- Eemeren, F.H. van, Grootendorst, R. & T. Kruijer** (1986). *Drogredenen Argumentatieleer 2*. Groningen: Wolters-Noordhoff.
- Eemeren, F.H. van & R. Grootendorst** (1992). *Dat heeft u mij niet horen zeggen...; drogredenen van A tot Z*. Amsterdam: Contact.
- Eemeren, F.H. van & R. Grootendorst** (1996). *Waar slaat dat nou weer op? De taal van het meningsverschil*. Amsterdam: Contact.
- Eemeren, F.H. van, Grootendorst, R. & A.F. Snoeck Henkemans** (1995). *Argumentatie; Inleiding in het analyseren, beoordelen en presenteren van betogen*. 2^e herz. dr. 2001. Groningen: Martinus Nijhoff

- Garsen, B.** (1997). *Argumentatieschema's in pragma-dialectisch perspectief; een theoretisch en empirisch onderzoek*. Diss. UvA Studies in Language and Language Use nr. 32. Dordrecht: Foris Publications.
- Garsen, B.** (1998). De indeling van argumentatieschema's; een overzicht van de belangrijkste indelingen en benaderingen. *Taalbeheersing*, 20, nr. 1, 39-54.
- Hamblin, Ch.L.** (1971). *Fallacies*. London: Methuen.
- Kloosterhuis, H.** (2002). *Van overeenkomstige toepassing. De pragma-dialectische reconstructie van analogie-argumentatie in rechterlijke uitspraken*. Diss. Uva. Amsterdam: Thela Thesis.
- Walton, D.N.** (1992). *Slippery slope arguments*. Oxford: Oxford University Press.
- Walton, D.N.** (1999). Historical origins of *argumentum ad consequentiam*. *Argumentation*, 13, 251-264.
- Perelman, Ch. & Olbrechts-Tyteca, L.** (1958). *La nouvelle rhétorique. Traité de l'argumentation*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Whately, R.** (1848). *Elements of logic*. London: Longmans.

Boek beoordelingen

Vanmaele, Lieve (2002). *Leren schrijven van informatieve teksten. Een ontwerponderzoek bij beginners secundair onderwijs.* Leuven: Universitaire Pers Leuven. ISBN 9058672247

Schrijven en kennis

Kennis speelt een belangrijke rol bij het schrijven van informatieve teksten. Enerzijds wordt de kwaliteit van de informatieve tekst verhoogd door inzet van een adequate hoeveelheid kennis en anderzijds wordt door het schrijven latente kennis geactiveerd en georganiseerd. Volgens Vanmaele, auteur van 'Leren schrijven van informatieve teksten', zetten jongere schrijvers hun kennis niet optimaal in bij het schrijven van informatieve teksten, ook al weten ze voldoende van het onderwerp af. Dit probleem speelt volgens haar niet als jongeren mondeling iets duidelijk willen maken.

Vanmaele wil daarom onderzoeken in hoeverre het mogelijk is om leerlingen tijdens het schrijven hun kennis op een adequate wijze in te leren zetten. Ze gaat uit van de methode van de didactische ondersteuning. Die komt neer op een individuele begeleiding van de leerling tijdens het schrijven waarbij met didactische interventies aanwijzingen worden gegeven. Vanmaele's hoofdvraag is 'in hoeverre, met didactische ondersteuning, beginners wel hun kennis kunnen benutten en verrijken bij het schrijven' (23).

De didactische ondersteuning moet precies van tevoren in een draaiboek worden

vastgelegd. Dit ontwerpproces vindt plaats in vier fasen. Eerst wordt in een beschrijvende fase een *descriptieve kennisbasis* opgebouwd vanuit een literatuurstudie en vroeger empirisch onderzoek om de problemen vast te stellen. Dan worden hypothesen geformuleerd over de mogelijke oorzaak van die problemen en over wenselijke didactische ondersteuning. Vervolgens wordt een didactische ondersteuning ontworpen en in een laatste fase wordt deze beoordeeld (gevalideerd).

Het boek is in feite opgedeeld in twee delen, elk bestaande uit twee hoofdstukken. In een theoretisch gedeelte wordt de descriptieve kennisbasis opgebouwd. In het empirisch gedeelte wordt een experimenteel onderzoek naar de didactische ondersteuning beschreven. Hoofdstuk 1 gaat over de classificatie en organisatie van kennis. Hoofdstuk 2 behandelt tekst als talige representatie van een kennisstructuur, schrijfprocessen en opvattingen over leren en instructie. In hoofdstuk 3 komt de opzet van het empirisch onderzoek aan de orde en in hoofdstuk 4 de resultaten daarvan.

Het gaat hier te ver om een volledig overzicht te geven van de zeer uitgebreide literatuurstudie waarvan Vanmaele verslag doet en ik zal me daarom beperken tot de conclusies die ze trekt. Het blijkt bijzonder lastig te zijn om op basis van literatuurstudie tot een goede indeling van soorten kennis te komen. Uiteindelijk kiest de auteur voor een indeling in conceptuele kennis en kennis die nodig is voor de aanpak van een

opdracht. Conceptuele kennis wordt onderverdeeld in de subcategorieën inhoudelijke kennis (kennis van alle relevante aspecten van het schrijfhema) en discursieve kennis ('kennis van talige middelen voor de representatie van eigen kennis in een tekst volgens daartoe vooropgestelde criteria') (56). Voor de organisatie van kennis kiest de auteur voor de schematheorie. Deze is relevant voor het onderzoek naar de relatie tussen kennisorganisatie en schrijven. Hiermee sluit de auteur aan op eerder onderzoek naar de toepassing van tekstschema's. Daarbij ging het vooral om de invloed van een vooraf geconstrueerd schema op het schrijven, terwijl Vanmaele zich op het proces van opbouw van een schema richt. De auteur benadrukt het tweeledig karakter van een schema. Het is zowel een voorwaarde voor een goede informatieve tekst als een product dat tijdens het schrijven tot stand komt: 'de kennisstructuur van het schrijfhema wordt tijdens opeenvolgende leeractiviteiten geleidelijk opgebouwd en in de tekst zichtbaar gemaakt' (65).

De exploratie van de literatuur over taal (hoofdstuk 2) leidt tot de conclusie dat de nadruk in het onderzoek moet liggen op de inhoud (keuze van aspecten) en de tekststructuur als representatie daarvan, en niet zozeer op schrijfproblemen die zich op zins- en woordniveau voordoen. De literatuurstudie heeft de criteria (zij het zeer algemene) opgeleverd waar de te schrijven teksten aan moeten voldoen. Verder blijkt dat een stapsgewijze didactische ondersteuning gewenst is, waarbij de vooraf vastgestelde criteria progressief worden bereikt, 'met controle van de didactische interventies op hun effect' (126).

Experimenteel onderzoek naar de didactische ondersteuning

In het empirisch onderzoek probeert de auteur na te gaan of didactische ondersteuning jonge leerlingen kan helpen bij het

construeren van een adequaat tekstschema en of zij aan de hand van dit schema tot een coherente tekst kunnen komen. Ze wil daarnaast ook nagaan welke problemen proefpersonen ondervinden bij het construeren van tekstschema's en welke interventies effectief die problemen wegnemen. Om dit te onderzoeken gaat de Vanmaele uit van een semi-experimentele opzet met een beperkt aantal proefpersonen. Dat laatste om een nauwgezette analyse van de resultaten toe te laten.

De opzet voorziet in een experimentele conditie bestaande uit veertien proefpersonen en twee controlegroepen, elk met 11 proefpersonen. Alle proefpersonen (leerlingen uit de tweede klas voortgezet onderwijs) schrijven een zogenaamde aanvangstekst, allemaal over hetzelfde onderwerp. De opdracht was een tekst te schrijven over de eigen school ten behoeve van een voorlichtingsbrochure. De proefpersonen in de experimentele conditie (waarin de didactische ondersteuning plaatsvond) schrijven in een individuele sessie hun tekst en krijgen bij hun schrijfoopdracht via de instructie de opdracht een tekstschema te construeren. Daarna schrijven deze proefpersonen in enkele individueel begeleide sessies nog een eindtekst over hetzelfde onderwerp.

De proefpersonen uit de eerste controlegroep schrijven hun tekst ook in een individuele sessie (uiteraard zonder didactische ondersteuning) terwijl de proefpersonen uit de andere controlegroep hun tekst in een collectieve sessie schrijven. Op deze manier wordt geprobeerd eventuele alternatieve verklaringen uit te sluiten die samenhangen met mogelijke effecten van een individuele benadering.

Bij de samenstelling van elk van de drie condities wordt een gedifferentieerd schrijfvaardigheidsniveau nagestreefd. Aantallen proefpersonen van drie niveaus, hoog, modaal en laag, worden gelijkelijk over de condities verdeeld.

De proefpersonen in de experimentele conditie moesten aan het eind van de eerste schrijfsessie een tekstschema opstellen. In een tweede sessie waarin de inhoudelijke aanvulling van het schema centraal stond, kregen de proefpersonen vragen over de eerste tekstversie. Deze vragen hadden betrekking op wenselijke informatie-eenheden van het thema 'School' (studiemogelijkheden, personeel, etc.) en waren conform vooraf vastgestelde categorieën. Nu de inhoud van de tekst geoptimaliseerd was, kon in de daaropvolgende versies verder aan de structuur worden gewerkt: stelselmatig groeperen en revisie van het groeperen, het creëren en benoemen van categorieën en subcategorieën, dit alles onder individuele begeleiding van een proefleider. In de laatste versie komt de eindtekst tot stand. Geruime tijd later schreven de proefpersonen uit alle condities een nieuwe tekst over een nieuw onderwerp: 'Een beroep naar keuze'. Alle teksten werden door een vakkundig team beoordeeld. Daarbij werden inhoud (welke aspecten zijn opgenomen) en structuur becijferd. De beoordelaarsovereenstemming bleek over het algemeen bevredigend.

Dit onderzoek levert twee soorten resultaten op. Ten eerste kan aan de hand van de protocollen die opgemaakt zijn tijdens de interventies precies geïnventariseerd worden welke problemen leerlingen bij het opstellen en toepassen van een tekstschema ondervinden. Vanmaele doet daar uitgebreid verslag van. Ten tweede kan nagegaan worden of interventie ook effect heeft: (1) in hoeverre resulteert didactische interventie 'in een eindproduct dat, meer dan de aanvangstekst, voldoet aan de vooropgestelde criteria naar inhoud en structuur', en (2) stelt de ondersteuning lerenden in staat om 'zelfstandig een informatieve tekst over een ander schrijftema te produceren, conform de vooropgestelde

criteria, met een duidelijke evolutie in kwaliteit ten aanzien van de aanvangstekst?' (219). De resultaten voor de eindtekst 'School' moeten uitsluitel geven op de eerste vraag; de resultaten op de eindproef ('Een beroep naar keuze') moeten uitsluitel geven op de tweede vraag. De resultaten wijzen uit dat het antwoord op de eerste vraag positief is. Zowel inhoudelijk als structureel is de eindversie van hogere kwaliteit. De tweede vraag kan alleen voor tekststructuur positief worden beantwoord. De controlegroep scoort op inhoud net zo hoog als de experimentele groep, zodat er wat dit aspect betreft geen effecten van de didactische ondersteuning kunnen worden aangetoond. In elk geval kan hier geconcludeerd worden dat de didactische ondersteuning wat betreft tekststructuur heeft gewerkt.

Commentaar

Vanmaele geeft zelf al een systematisch overzicht van mogelijke tekorten en problemen van dit onderzoek. Maar er zijn meer problemen te signaleren. Het hoofdonderwerp van het onderzoek is de didactische ondersteuning. Dat wordt hier toegespitst op het gebruik van tekstschema's. Het blijkt dat als leerlingen een tekstschema (leren) toepassen bij het schrijven, ook op langere termijn de tekststructuur verbetert. De vraag is of dit succes niet toe te schrijven is aan het toepassen van het tekstschema alleen en niet aan de didactische ondersteuning. Waarom is in een van de controlecondities niet ook de instructie gegeven om van een schema gebruik te maken (uiteraard zonder de interventie die de experimentele groep wel krijgt)?

De gevonden verschillen tussen de kwaliteit van de aanvangstekst en de eindtekst bij de experimentele groep komen overigens niet als een verrassing. Hier hebben de onderzoekers immers geholpen bij het tot stand brengen van een tekstschema

en ook geadviseerd bij het schrijven van een tekst op basis van dat tekstschema. Door er eerst voor te zorgen dat een tekst aan bepaalde criteria voldoet (door didactische interventie) en vervolgens die tekst te kritisch te laten beoordelen, ontstaat het gevaar van een circulaire procedure waarbij succes is verzekerd. Dit bezwaar is maar ten dele te ondervangen door gebruik te maken van externe beoordelaren.

Vanmaele doet nauwgezet verslag van haar onderzoek. Maar hier en daar had de informatie iets toegankelijker aangeboden kunnen worden. Informatie over de onderzoeksopzet die eigenlijk bij elkaar hoort, is soms ver uiteen geplaatst zodat er nogal een beroep op het geheugen van de lezer wordt gedaan. Daarnaast is de theoretische aanloop tot het empirisch onderzoek erg lang en moet de lezer soms zelf de aansluiting van theorie en empirisch onderzoek vinden. Ook is het niet altijd duidelijk wat de relevantie is van bepaalde benaderingen die in het theoretisch gedeelte aan de orde komen. Illustratief is de beschrijving van de taalhandelingstheorie. Vanmaele zet die in een summier paragraafje uiteen om er later in het geheel niet meer op terug te komen.

Dat alles neemt niet weg dat Vanmaele's zorgvuldig uitgevoerde onderzoek zeker van belang is voor de ontwikkeling van het schrijfonderwijs.

Bart Garssen

Westendorp, Piet (2002). *Presentation media for product interaction*. Dissertatie Technische Universiteit Delft. Promotores prof. dr. P.P. Mijksenaar en prof. dr. J.M. Dirken.

Piet Westendorp heeft zich wat mij betreft al onsterfelijk gemaakt met *Hier openen*

(van Mijksenaar en Piet Westendorp uit 2000, in het Engels verschenen als *Open here*), waarin op buitengewoon uitnodigende wijze allerlei verschijnselen uit visuele instructies worden behandeld. Onlangs is dezelfde Westendorp gepromoveerd op een proefschrift waarin een aantal van deze verschijnselen op een meer academische wijze aan de orde komen.

Het aantrekkelijk vormgegeven (hoe kan het ook anders) boek is in een aantal opzichten opmerkelijk. In het tweede deel ervan worden een aantal empirische studies gerapporteerd waarvan de afzonderlijke rapportages reeds als artikelen verschenen zijn tussen 1994 en 1999. Meestal is het empirische onderzoek in een proefschrift van recenter datum. Verder is opmerkelijk dat de verslagen zeer beknopt zijn: de empirische hoofdstukken beslaan 57 van de ongeveer 200 bladzijden die het boek telt. Regelmatig wordt ook opgemerkt dat uitgebreidere informatie over de empirische studies te vinden is in eerdere publicaties. Omdat het tegenwoordig gebruikelijk is om het empirische werk als de inhoudelijke kern van een proefschrift te zien, is dat opvallend. Meestal is het proefschrift zelf uitgebreider dan de afzonderlijke artikelen. Gebruikelijk is tenslotte dat de eerste hoofdstukken vooral een voorbereiding vormen op het empirische werk in de latere hoofdstukken. Dat is hier in mindere mate het geval. Om het boek recht te doen, kunnen de hoofdstukken daarom het beste afzonderlijk worden besproken.

Na een inleidend hoofdstuk wordt in hoofdstuk 2 betoogd dat technologische producten steeds complexer worden, zodat er steeds meer behoefte is aan ondersteuning van de gebruikers van die producten. Vervolgens presenteert Westendorp een historisch overzicht van ontwikkelingen in de documenten die dienen voor deze ondersteuning. Het overzicht is fraai ge-

illustreerd en gaat in op allerlei verschijnselen: het perspectief in de gebruikte plaatjes, de wijze waarop illustraties met teksten worden gecombineerd, het gebruik van instructieve elementen zoals pijlen, handen, nummers en letters. Tenslotte definieert Westendorp – ietwat vaag – het begrip *concept* als uitgangspunt bij het ontwerp van een handleiding of gebruiksaanwijzing, en wijst hij op de opkomst van nieuwe media voor gebruikersondersteuning: video, interactieve software en dergelijke. In hoofdstuk 3 bespreekt Westendorp de complexiteit van communicatieve situaties waarin documenten voor gebruikersondersteuning geproduceerd en gebruikt worden. Het hoofdstuk gaat bijvoorbeeld in op de verschillende groepen die betrokken zijn bij de productie van het document, op kenmerken van de doelgroep, op de wijze waarop de hulp al of niet deel uitmaakt van het product, op de belangrijkste keuzes die moeten worden gemaakt bij het ontwerp van het eigenlijke document en op het belang van feedback van de gebruikers van het document. De hoofdstukken 2 en 3 vervullen geen duidelijke functie in het empirische onderzoek dat later zal worden gerapporteerd. Je zou ook kunnen zeggen dat deze hoofdstukken het boek van Westendorp deels het karakter geven van een algemene inleiding in het onderwerp.

Hoofdstuk 4 gaat gedetailleerd in op enkele modellen die naar voren zijn gebracht om te beschrijven hoe iemand tegelijkertijd gebruik kan maken van een product en van de ondersteunende informatie daarbij. Westendorp besluit met een eigen model. Dit hoofdstuk wekt de verwachting dat het later gepresenteerde onderzoek ofwel afhankelijk is van het gekozen model, ofwel evidentie levert voor een van de besproken opties. Omdat geen van beide het geval is, is het hoofdstuk naar mijn idee niet erg op z'n plaats.

Hoofdstuk 5 gaat over psychologische theorievorming ten aanzien van de waarneming en interpretatie van interfaces en gebruikersondersteuning, over de besluitvorming die op basis daarvan plaatsvindt en over het leerproces dat bij herhaalde uitvoering van taken op gang komt. Ten aanzien van het laatste thema betoogt Westendorp naar mijn mening overtuigend dat er in de literatuur tot dusver wellicht teveel nadruk is gelegd op het belang van mentale modellen van de werking van het apparaat. Hij vindt het aannemelijk dat in veel situaties het leerproces niet meer oplevert, en ook niet meer hoeft op te leveren, dan een procedureel model waarin op een abstract niveau stappen bij de bediening worden opgeslagen. Ten slotte wordt ingegaan op het verschil tussen het hoofdzakelijk visuele medium waarin het interface zijn informatie presenteert en waarin de bediening van het product zelf plaatsvindt, en de talige informatie uit de ondersteunende documenten. De vraag is dan of het medium van ondersteuning overeen moet komen met het medium waarin de informatie toegepast moet worden. Dit vijfde hoofdstuk is sterk: het gaat in op belangrijke theoretische kwesties en brengt daarover interessante nieuwe standpunten naar voren, die ook van belang zijn voor empirisch werk.

In hoofdstuk 6 behandelt Westendorp methodologische valkuilen bij onderzoek naar de effecten van het gebruik van tekst en beeld in instructies. Een belangrijk probleem is bijvoorbeeld dat de kwaliteit van de gebruikte teksten en beelden vaak niet onder controle is. Bovendien wordt vaak niet algemener omschreven welk type informatie gevarieerd wordt naar medium. Beide problemen leiden ertoe dat de conclusies van veel studies nauwelijks te generaliseren zijn. Westendorp stelt wat betreft het tweede probleem voor om te werken met de classificatie van Bieger en Glock.

Hoewel de terminologie van deze auteurs hier en daar eigenaardig is ('covariant' omvat bijvoorbeeld niet alleen uitkomst-informatie maar blijkt een voorbeeld in hoofdstuk 7 ook informatie over de betekenis van bepaalde signaallichtjes), hoewel hun eigen onderzoek met nogal eigenaardige illustraties werkt en hoewel op zinsniveau de verschillende soorten informatie heel goed samen kunnen voorkomen, lijkt het een goed idee om een classificatie te gebruiken.

Nu volgen vier empirische hoofdstukken. In het algemeen valt op dat Westendorp werkt met vrij lage aantallen proefpersonen, zodat alleen grote effecten zichtbaar kunnen worden. In hoofdstuk 7 worden voor een gebruiksaanwijzing bij een telefoon verschillende media op effectiviteit vergeleken voor verschillende soorten informatie. Daarnaast wordt onderzocht of bepaalde vormen van niet-procedurele informatie weggelaten kunnen worden. Als afhankelijke variabele wordt de tijd gebruikt die de proefpersonen nodig hebben om vijf taken met de telefoon uit te voeren. Het blijkt dat de proefpersonen sneller werken zonder contextuele informatie over het doel van allerlei operaties en zonder 'covariante' informatie. Helaas bevat het hoofdstuk geen grondige discussie, waarin de resultaten worden gekoppeld aan de ideeën die in hoofdstuk 5 zijn geopperd over het belang van systeemmodellen en procedurele modellen. Een ander resultaat is dat procedurele informatie in dit geval beter niet in de vorm van stroomschema's kan worden aangeboden. Wellicht is de taak hier zo weinig complex dat stroomschema's geen winst opleveren. Er wordt niet verwezen naar eerder werk waarin de effectiviteit van stroomschema's af bleek te hangen van taakcomplexiteit, zoals dat van Blaiwes uit 1974 en Krohn uit 1982.

In de hoofdstukken 8 en 9 wordt ver-

der ingegaan op de meest wenselijke vormgeving van procedurele informatie. Drie versies van die informatie worden vergeleken: een tekstuele versie (een reeks instructies zoals *druk op handen vrij*), een reeks afbeeldingen waarin telkens een hand op een knop te zien is, en een animatie, waarin een hand achtereenvolgens op alle knoppen drukt die nodig zijn voor het uitvoeren van de betreffende taak. De tekstuele versie bleek sneller te werken dan de versie met illustraties. Dit is interessant met het oog op de discussie omtrent de noodzaak van congruentie tussen informatie-en uitvoeringsmedium die hierboven is geschetst. Westendorp stipt enkele mogelijke verklaringen voor dit resultaat aan: wellicht bevatten zijn plaatjes nog te veel tekst, wellicht ook dat het lezen van plaatjes een vaardigheid op zich is, die minder algemeen wordt beheerst dan het lezen van tekst. Later oppert Westendorp ook nog dat onze uiteindelijke representatie van de instructies wellicht meer propositioneel dan visueel van aard is.

De versie met animaties bleek veel langzamer dan de andere twee versies. Direct komt dan de vraag op hoe lang het bekijken van de animatie zelf eigenlijk al kost. Die vraag komt pas aan de orde in het volgende hoofdstuk, waarin een replicatie van het onderzoek wordt gerapporteerd. Het blijkt dat er ruim 3 min. voor nodig zijn om de animatie te bekijken, terwijl de tijd die nodig is voor het verwerken van de tekst en van de plaatjes wordt geschat op 20 seconden. Vervolgens besluit Westendorp om deze verwerkingstijden af te trekken van de tijd die de proefpersonen gebruikten om de taken uit te voeren. Desondanks blijven animaties trager dan de andere twee media.

De replicatie in hoofdstuk 9 bevat ook een nieuw element: de proefpersonen voerden een week later de taken nogmaals uit, om eventuele leereffecten te kunnen

onderzoeken. Het blijkt dat bij die tweede test, zonder de bovengenoemde correctie, animaties nog steeds trager zijn dan de tekst- en beeldversies, ook al zijn de verschillen niet meer zo groot. Wanneer de afspeeltijd van de animaties wordt afgetrokken daarentegen, blijken in de tweede test de animaties efficiënter. Echter, deze correctie op de gegevens van de tweede test is discutabel, omdat veel proefpersonen de knoppen al begonnen in te drukken tijdens het afspelen van de animatie. Daardoor kan eigenlijk geen duidelijke conclusie worden getrokken omtrent de efficiëntie van animaties bij herhaalde taakuitvoering.

Westendorp onderzocht ook of de media leiden tot verschillen in de mate waarin het systeem begrepen wordt. Daartoe dienden de proefpersonen na de taakuitvoering een algemene beschrijving te geven van de wijze waarop instellingen in de telefoon kunnen worden gewijzigd. Er komen geen significante verschillen in de mate van inzicht in het systeem aan het licht. Het begrip is in het algemeen hoog. Omdat in deze experimenten alleen procedurele informatie is aangeboden, mag dat geïnterpreteerd worden als steun voor de gedachte dat gebruikers van elektronische apparaten al heel wat kunnen leren door gewoonweg te werken met het apparaat. Uit meer gerichte recente onderzoeken van Karreman, Dixon en Steehouder blijkt dat het bijzonder lastig is een positief effect van systeeminformatie aan te tonen op de taakuitvoering, resp. op de mate van

transfer van kennis op een soortgelijk apparaat.

Behalve de vergelijking van drie media voor procedurele informatie wordt in deze studies onderzocht of de prestaties verbeteren wanneer aan iedere stap in de instructie een overzichts-illustratie wordt toegevoegd die laat zien waar de betreffende knop ongeveer te vinden is. Het toevoegen van deze ruimtelijke informatie blijkt de taakuitvoering te vertragen. De telefoon is kennelijk zo klein dat extra oriëntatie onnodig is. De vraag wordt dan hoe complex een apparaat moet zijn, wil deze extra oriëntatie een meerwaarde krijgen.

Westendorp gaat in zijn laatste empirische hoofdstuk in op een totaal nieuw thema, namelijk op de gebruiksvriendelijkheid van verschillende soorten interfaces bij het instellen van een mobiele telefoon. Een interessant thema, zeker, maar het was mij liever geweest wanneer een van de vragen die worden opgeroepen door de resultaten van zijn eerdere studies nog eens aan de orde was gesteld in een meer toegespitst vervolgonderzoek. Alles bijeen genomen is het boek zonder meer het lezen waard, op veel plaatsen ook voor een bredere, meer praktisch ingestelde doelgroep. Maar ondanks het belang van de opgeworpen vragen en de hier en daar interessante empirische resultaten zullen onderzoekers niet helemaal tevreden zijn na het lezen van dit proefschrift.

Henk Pander Maat

Signaleringen

Daniëls, Wim (2002). *Gids voor de eindredacteur*. Amsterdam: L.J. Veen. ISBN 9020420569. Prijs: € 16,50 (157 blz.).

Met zijn uitstekende pen en zijn brede ervaring in de taaladvieswereld is het is aan Wim Daniëls wel besteed om een boekje te schrijven over aspecten van schrijfvaardigheid en eindredactie. De auteur brengt allerlei tekstkenmerken in kaart waarop eindredacteurs bedacht moeten zijn bij het redigeren van teksten die zij aangeleverd krijgen. Daniëls structureert de aspecten van tekstkwaliteit met behulp van zijn zogenoemde RED-model. De pijlers van deze 3-bij-5 matrix zijn Regels, Eenheid en Doelgroep, die elk op vijf verschillende niveaus beoordeeld moeten worden, namelijk Presentatie, Formulering, Opbouw, Inhoud en Tekstsoort. De matrix bevat in totaal 25 beoordelingspunten (sommige cellen bevatten meer dan één punt), bijvoorbeeld 'juiste spelling' en 'juiste interpunctie', 'consequente toepassing van tekstsoortregels' en 'gepaste tekstsoortkeuze'. Om teksten te kunnen beoordelen op hun kwaliteit moeten eindredacteurs deze punten systematisch afwerken. Daarmee hebben zij een instrument in handen om tekstcorrecties beter gemotiveerd uit te voeren. Het boek is praktisch, het is gericht op een specifieke doelgroep en het biedt een modelmatige aanpak. Op deze drie kenmerken ga ik in deze recensie achtereenvolgens in.

De praktische waarde van de 'Gids

voor de eindredacteur' bewijst zich doordat het boekje aan de hand van de 25 beoordelingspunten uit de matrix is opgebouwd. Nadat in het eerste hoofdstuk het model gepresenteerd is, worden in de volgende hoofdstukken achtereenvolgens de 25 beoordelingspunten behandeld. Dat maakt het boekje overzichtelijk en toegankelijk. Wim Daniëls gaat in op vragen die iedereen zich wel eens stelt tijdens het construeren en corrigeren van teksten, bijvoorbeeld: Waar zet ik een komma? Hoe ga ik om met een afkorting? Moet ik 'almaar' of 'alsmaar' schrijven? De antwoorden op dergelijke vragen zijn praktisch en bruikbaar. Aan het eind van het boek zijn een (op sommige punten achterhaalde) lijst met correctietekens en een functioneel register opgenomen. De eindredacteur kan dus meteen aan de slag.

De eindredacteur? Gelet op de titel is het boek op deze doelgroep gericht. Daaruit zou de meerwaarde moeten blijken ten opzichte van de vele andere, meer algemeen georiënteerde publicaties op dit terrein. Maar de inhoud van dit boek stelt in dat opzicht teleur. Ten onrechte gooit Daniëls alle eindredacteurs op één hoop. Zijn boek is bedoeld voor eindredacteurs van dagbladen, vakbladen en tijdschriften, en ook voor mensen die binnen een bedrijf of instelling verantwoordelijk zijn voor bedrijfsrespondentie, schriftelijk reclamemateriaal, jaarverslagen, beleidsnota's enzovoorts. In het boek wordt echter niet ingegaan op de accentverschillen

Signaleringen

die deze verschillende typen eindredacteurs moeten leggen. Voor een eindredacteur van dagbladartikelen is het bijvoorbeeld veel belangrijker om de aandacht van de lezer te trekken en vast te houden dan voor een eindredacteur van een jaarverslag. De eindredacteur, aldus Daniëls, is uiteindelijk iedereen die schrijft, want “in de laatste fase van een schrijfproces moeten schrijvers ook hun eigen eindredacteur kunnen zijn” (blz. 7). Daniëls geeft in zijn gids voornamelijk algemene schrijfadvies. Dat blijkt ook uit de vele niet-doelgroep-specifieke voorbeeldzinnen. Neem de volgende (foutieve) zinnen: *Na een half uur in de oven te hebben gestaan, aten zij het visgerecht op of Vrolijk liedjes zingend werden de aardappels geschild.* Dat zijn geen zinnen die in een krant of beleidsnota voorkomen. Met de suggestie die uitgaat van de titel wordt de potentiële koper van het boek dus op het verkeerde been gezet. Met de voornamelijk algemene schrijfadvies ondergraaft de auteur wat de kracht van dit boek zou kunnen zijn geweest, namelijk het geven van concrete adviezen voor een specifieke doelgroep.

De modelmatige aanpak voor het beoordelen van tekstkwaliteit is al langer bekend. De gelijkenis tussen het RED-model en het CCC-model (Correspondentie, Consistentie, Correctheid) van Jan Renkema springt onmiddellijk in het oog. De vraag naar de meerwaarde van het RED-model dringt zich op (maar krijgt geen antwoord), omdat de modellen slechts minimaal van elkaar blijken te verschillen. Het aantal te beoordelen punten is bij Daniëls wel groter, maar dat lijkt slechts een kwestie van naamgeving en indeling. Opvallend is verder dat het RED-model de hiërarchische volgorde van de vijf niveaus omkeert. Daardoor komt de Presentatie (o.a. spellingskwesties) op de eerste plaats, terwijl dit in het CCC-model nu juist de laatste plaats inneemt.

De omkering van de hiërarchische volgorde is eigenlijk het enige middel dat Daniëls gebruikt om op zijn beoogde doelgroep in te spelen. Volgens de auteur is de belangrijkste taak van de eindredacteur namelijk ervoor te zorgen dat er geen fouten in de tekst staan; de afstemming op de doelgroep, wat de belangrijkste taak is van de schrijver, is in de eindredactiefase minder aan de orde. De nadruk in het boek op het opsporen van foutjes blijkt dan vervolgens uit de omvang van de verschillende hoofdstukken. In de ‘Gids voor de eindredacteur’ zijn de hoofdstukken over Presentatie en Formulering zeer breed uitgemeten (samen ruim honderd pagina’s), terwijl het hoofdstuk over Tekstsoort slechts vier pagina’s beslaat.

En dan zijn we terug bij af, want als het dan toch om algemene schrijfadvies gaat, met name op het gebied van Presentatie en Formulering, dan heeft de schrijvende bevolking van Nederland waarschijnlijk al van alles in de boekenkast staan. Een goede reden om het boekje desondanks aan te schaffen is dat het een overzichtelijke en werkbare samenvatting geeft van de meer lijvige werken die op dit gebied geschreven zijn en dat het vanwege zijn handzame formaat gemakkelijker uit kast of tas te pakken is.

Hanny den Ouden

Sanders, E. & Metselaar, K. (2000).
Stijlboek NRC Handelsblad.
Utrecht/Antwerpen, Rotterdam: Van Dale Lexicografie/NRC Handelsblad, 2000.
ISBN 9066489960. Prijs: € 18,- (315 pp.)

Altijd leuk om weer even te repeteren: welke bouwwerken worden de zeven wereldwonderen genoemd? Het gaat in ieder geval om werken die beroemd waren

in de Oudheid. Het Stijlboek NRC Handelsblad biedt uitkomst: de piramide van Cheops in Gizeh, het mausoleum in Halicarnassus, de kolossus van Rhodos, de hangende tuinen van Babylon, de tempel van Artemis in Efeze, de tronende Zeus van Phidias in Olympia en de vuurtoren op het eiland Pharos bij Alexandrië. Talloze bouwwerken zijn later het 'achtste wereldwonder' genoemd.

Anders dan de titel doet vermoeden, besteedt het Stijlboek dus niet enkel aandacht aan stijlkwesties; de samenstellers Ewoud Sanders en Koos Metselaars bespreken uiteenlopende zaken: de journalistieke normen waaraan de krant zich houdt, onderwerpen die de ambachtelijke kant van het vak belichten, encyclopedische ingangen en taal-, stijl-, en spellingkwesties.

Nieuwe uitgaven van het Stijlboek verschenen respectievelijk in 1988, 1995 en 2000. De laatste uitgave is niet alleen verspreid onder de medewerkers van NRC Handelsblad, maar is ook voor het eerst op de markt gebracht.

De auteurs beogen met het Stijlboek de 'interne consistentie' te vergroten van de artikelen in NRC Handelsblad. Het werk is dan ook in eerste instantie geschreven voor de redacteurs van deze krant. En dat blijkt: het bevat een hoog wij-gehalte. Onder 'et cetera' staat bijvoorbeeld: 'Wij schrijven bij voorkeur: enzovoorts [...]'.
Het werk bevat 5400 ingangen in slechts 317 pagina's. De auteurs wilden dan ook beknopt zijn: redacteurs willen snel antwoord op hun vragen.

Een voorbeeld van *journalistieke normen*: onder 'bronvermelding' wordt uitgelegd wanneer een bron vermeld wordt, hoe en waar. Zo worden bij wetenschappelijke berichtgeving bij voorkeur de wetenschappers zelf benaderd, en wordt informatie gehaald uit hun vakpublicaties in gerenommeerde tijdschriften. Wat de *ambachtelijke kant* van het vak betreft: onder het uitge-

breide lemma 'nieuwsbericht' is bijvoorbeeld te lezen dat een nieuwsbericht in de tegenwoordige tijd is geschreven en geen kennis van het voorafgaande veronderstelt bij de lezer. In de *encyclopedische ingangen* worden uiteenlopende items besproken als 'bijbelboeken', 'dioxine' en 'OPEC'.

De auteurs houden zich in eerste instantie bij de *taal-, stijl-, en spellingkwesties* aan de richtlijnen uit het Groene Boekje, maar dat die niet zaligmakend zijn wordt al snel duidelijk. Zo is te lezen bij woorden die eindigen op -iaans, zoals *Edwardiaans* en *keynesiaans*: '[...] Het Groene Boekje is zeer inconsequent in het toekennen van hoofdletters aan woorden die eindigen op -iaans.' Geregeld zijn dit soort kritische noten te lezen. Ze werken verfrissend en relativerend, en pleiten voor de samenstellers.

Nog een pluspunt: de selectie van woorden die problemen opleveren bij de spelling is niet willekeurig. Van Dale Lexicografie onderzocht met de Spellingcorrector een volledige jaargang NRC's (20.000.000 woorden). Dit resulteerde in een lijst met 700 woorden waarvan de schrijfwijze afweek van die in de woordenboeken van Van Dale. Woorden die het vaakst verkeerd gespeld werden zijn: *onder meer* (*ondermeer* is fout), *mafia* (alleen Italianen schrijven *mafia*), *dan wel* (*danwel* is niet correct), *zo nodig* (*zonodig* is fout) en *naoorlogs* (niet *na-oorlogs* omdat de a en de o geen botsende klinkers zijn).

Het is overigens wel jammer dat in het Stijlboek niet wordt aangegeven welke woorden afkomstig zijn uit de lijst die Van Dale Lexicografie samenstelde. Dat zou met name redacteurs en andere tekstschrijvers extra alert kunnen maken op de juiste schrijfwijze. En het is ook wat onhandig dat er één alfabetische lijst gevormd is van bovengenoemde vier onderdelen. Bundeling per rubriek zou overzichtelijker zijn.

Het Stijlboek biedt ongetwijfeld hou-

Signaleringen

vast aan NRC-redacteuren. Maar wat is nu precies de meerwaarde voor ieder die niet voor NRC Handelsblad schrijft? Het Groene Boekje, de Schrijfwijzer, woordenboeken en encyclopedieën bieden immers uitgebreidere informatie.

Lezers van de NRC vinden in dit boek antwoord op vragen waarom gekozen is voor een specifieke schrijfwijze, afkorting, kop, bronvermelding enzovoort. Daarnaast biedt het hun in ieder geval de kans 'de redactie te controleren op de eigen voor-nemens', zoals de hoofdredactie het weer-geeft in haar 'Woord vooraf'.

En wat biedt het de niet-NRC-lezers? Zij hebben niet direct iets aan de journalistieke normen, maar mede vanwege de zo nu en dan eigennijze zienswijze op taal-, stijl- en spellingkwesties kan het Stijlboek in ieder geval als aanvulling fungeren op de bestaande werken. En het is natuurlijk ook handzamer dan een woordenboek of encyclopedie.

Kortom: het is een beknopt en handzaam werk dat ondanks de wat onhandige indeling naast het Groene Boekje, de Schrijfwijzer, woordenboeken en encyclopedieën gebruikt kan worden. Bovendien biedt het een helder overzicht van de journalistieke normen die de NRC-redactie voorstaat.

Karen van Oyen

Houët, Henriëtte (2002). *Kramers stijl-gids*. Utrecht: Het Spectrum. ISBN 9027476705. Prijs: € 22,50 (169 pp.)

Dat is geen stijl! En dat mag allebei!

Veel neerlandici verdienen hun brood door voor anderen uit te maken of hun uitspraken "stijl" of "geen stijl" zijn. "Dat kan allebei!" kun je immers niet verkopen, al zijn beide mogelijkheden goed te beargumen-

teren. Klanten willen een uitgesproken oordeel. Voor hen kunnen taaladviseurs niet prescriptief genoeg zijn, bij het imperatieve af liefst. Hoe prescriptief is Henriëtte Houët, schijftrainer bij bureau Vergouwen Overduin, in haar nieuwe boek "Kramers Stijlgids"?

Mild prescriptief, zou ik zeggen, zeker niet imperatief. Redelijk, aansluiting zoekend bij taalkundige conventies die zich anno 2003 uitkristalliseren. Zijn er geen goede argumenten om een taalverschijnsel tegen te houden? Het zij zo. Zelfs de logica moet soms opzij, immers, als het volk het wil. Als het volk wil dat wij zeggen "*Hieraan zijn een aantal voorwaarden verbonden*": het zij zo. Maar Houët vindt "*Hieraan is een aantal voorwaarden verbonden*" ook goed. Kan allebei, dus. (Geen honorarium.)

Maar ze argumenteert onder het lemma *aantal* overtuigend verder en komt tot een voorschrift (in de gebiedende wijs): "*Kies bij combinaties van woorden als aantal, hand(je)vol, hoop, reeks en massa het meervoud, behalve als het accent ligt op het woord dat de hoeveelheid uitdrukt.*" En hoe stel je vast of er sprake is van accentuering? Wanneer er een bijvoeglijk naamwoord bij staat. "*Er kwam een enorme massa stenen naar beneden rollen.*" Kijk, dat zijn duidelijke criteria. Dat is een regel die in de praktijk goed is toe te passen. Daar zijn klanten tevreden over. Honorarium verdiend.

Al met al een liberaal advies, vrij van taalkundig dogmatisme. Sommige taalkundigen zullen haar dit niet in dank afnemen. De pluralisering van het Nederlands? Gaan we het Engels achterna (*the police are on patrol*)? Nee, voor 2100 zullen Nederlanders niet zeggen dat *de politie patrouilleren*. Al mogen we nu van Houët al zeggen dat *een aantal agenten patrouilleren*.

Veel bekende taalkundige dilemma's komen voorbij in "Kramers stijl-gids". Soms staat er ook voor de vakgenoot van Houët – niet de doelgroep van het boek – iets

nieuws in. Een van de lemma's heet *Croma-verandering*. Croma-verandering? Die term is in 1992 bedacht door collega Van der Horst, vertelt Houët. Een bekende fabrikant van bakboter lanceerde in die tijd de slogan: "*Hou je van vlees, braad je in Croma.*" Van der Horst vond het opmerkelijk dat in het tweede gedeelte van deze zin het woordje "*dan*" ontbrak. Gebruikelijk is immers dat na een voorwaardelijke bijzin (al of niet vergezeld van "indien" of "als") in de hoofdzin het woordje "*dan*" volgt. Sedert de uitvinding van de bakboter schijnt dit "*dan*" aan slijtage onderhevig. Ook uit mijn eigen adviespraktijk herken ik deze trend. Houët adviseert in brieven veiligheidshalve geen Croma-zinnen te gebruiken, zolang niet duidelijk is of we hier met een tijdelijke hype dan wel met een blijvende taalverandering te maken hebben. Als benaming voor het verschijnsel heeft de laatstgenoemde term (*Croma-zin*) overigens mijn voorkeur. Klinkt beter dan *Croma-verandering*. Ik ga hem ook in mijn praktijk gebruiken.

Ook de term "*weeskindbepaling*" die Houët aanhaalt, was mij niet bekend. Ongetwijfeld een bedenksel van taalkundigen. Taalbeheersers rangschikken het verschijnsel onder "foutieve beknopte bijzin". "*Huppelend werden de kinderopstapels rondgebracht.*" Het kind dat de zegels in de actieve zin rondbracht, is in de passieve variant gedeleet, met als gevolg dat niet duidelijk is wie er huppelt. Kijk, en daar kunnen wij taalgebruikers niet tegen. Identiteitsbewijs graag. Geen ouders? Dan noemen we dit zinsdeel een weeskindbepaling. Hier is Houët duidelijk in: weeskindbepalingen kunnen niet, want ze zijn vaak hilarisch. "*Nog geen twee jaar oud emi-*

greerden mijn ouders naar Canada."

Een derde leermoment was voor mij de indeling van het meervoudsperspectief "*we/wij*". Houët onderscheidt daarin een vijftal vormen: *het organisatiemeervoud*, *het bescheidenheidsmeervoud*, *het majesteitsmeervoud*, *het betuttelmeervoud* en *het generaliserende meervoud*. Alleen het betuttelmeervoud, volgens Houët ook wel *verpleegstersmeervoud* of *verpleegsterspluralis* genoemd, is volgens haar af te raden. En bij het bescheidenheidsmeervoud mag je alleen "we" gebruiken, niet "wij". Subtiel.

Een enkele keer is de adviseuse streng. Zo mag je van haar het tegenstellende voegwoord "*echter*" niet aan het begin van een zin gebruiken (wel verderop). Argument: "lezers kunnen zich aan deze formulering storen." Echter, in formeel taalgebruik lijkt er mij weinig op tegen. Het enige argument waarvoor ik gevoelig zou zijn, is dat het riekt naar een "anglicisme", zeker als je er ook nog een komma achter zet. Houët adviseert als alternatief aan het begin van de zin het gewone "*maar*". Ik geef toe: "*maar*" aan het begin van een zin is helemaal ingeburgerd geraakt, ook onder de journalisten en columnisten van deze tijd. Maar dit advies druist dwars in tegen wat in oude stijlguiden staat: "*maar*" zou alleen mogen in het tweede deel van een nevenschikkende zin na een komma. Net zoals "but" in het Engels. Promotie van "*maar*": geen probleem, maar niet ten koste van een verbod op "*echter*" in pole position.

Elk tijdsgewricht verdient zijn eigen stijlgid; 2003 verdient "Kramers stijlgid".

Willem Bulter

Uit de tijdschriften

Levende Talen Tijdschrift, jrg. 4, nr. 1.

Na een redactioneel Ten Geleide van Folkert Kuiken opent dit nummer met een bijdrage van Tidde Ekens over het vak Nederlands in het praktijkonderwijs. Na een typering te hebben gegeven van het praktijkonderwijs gaat Ekens in op de vernieuwing van het taalonderwijs in het praktijkonderwijs en op de aanpak die is gevolgd om docenten met een niet-taaldidactische achtergrond met de taaldidactiek bekend te maken. Teneinde te kunnen vaststellen hoe studieboekteksten zó kunnen worden opgesteld dat leerlingen ze goed begrijpen en leuk vinden, hebben Jentine Land en Ted Sanders experimenteel onderzoek uitgevoerd naar de invloed van de coherentie- en stijkenmerken die in de verschillende typen schoolteksten kunnen worden aangetroffen op het tekstbegrip en de leeswaardering van vmbo-leerlingen. In hun artikel bespreken ze de resultaten van dit onderzoek. Anke Hulsker doet verslag van theoretisch en experimenteel onderzoek naar de wijze waarop een diagnostische toets inzicht zou kunnen bieden in de problemen die leerlingen ondervinden bij het lezen en begrijpen van teksten in een vreemde taal. Ad van der Logt beschrijft een experiment waarin werd nagegaan of docenten in het voortgezet onderwijs door het gebruiken van informatie- en communicatietechnologie inzicht kunnen krijgen in het leerproces van leerlingen buiten de klas, in de manier waarop ze leren als ze in groepen moeten

werken en in de wijze waarop ze plannen maken en samenwerken. Ineke Vedder bespreekt het UvA-proefschrift *Observational learning in argumentative writing* van Martine Braaksma.

Nederlandse Taalkunde, jrg. 8, nr. 1.

In de eerste bijdrage aan deze aflevering gaat Leendert Plug in op de vraag of de uitspraakdeletie van het post-vocalisch /r/ (zoals in *hert*) moet worden opgevat als een fonetisch verschijnsel waarin het foneem /r/ niet tot uitdrukking wordt gebracht of als een geval waarin dit foneem wel tot uitdrukking wordt gebracht maar door een of andere oorzaak in de uitspraak moeilijk is waar te nemen. Uitgaande van recent onderzoek naar deletie-processen in het Engels, stelt Plug op basis van een fonetische beschrijving van woorden met een post-vocalische /r/ voor om /r/-deletie als een fonetisch fenomeen te beschouwen. Vervolgens laat hij zien hoe dit fenomeen in articulatorische termen kan worden verklaard. Egbert Fortuin vergelijkt de gebruikswaarden van de imperatief en de directieve infinitief ('Maak voort!' tegenover 'Voortmaken!'). Hij probeert het verschil duidelijk te maken door middel van een analyse van de typen contexten waarin de beide vormen voorkomen, waarbij hij syntactische verschillen tussen de imperatief en de directieve infinitief relateert aan de verschillen in betekenis tussen de twee vormen. Hans van de Velde wijdt een besprekingsartikel aan het boek

Uitspraak Nederlands van Ludo Beheydt, René Dirven en Ulrike Kautzner uit 1999 en het *Uitspraakwoordenboek* van José Heemskerk en Wim Zonneveld uit 2000. Na een korte schets van de achtergrond en de opzet van beide boeken vergelijkt hij ze aan de hand van de gehanteerde definitie van de klanken en de daarbij gebruikte symbolen, de manier waarop met normen en variatie daarop wordt omgegaan en de bruikbaarheid van de werken voor leerders van het Nederlands. Verder zijn er in dit nummer boekbeoordelingen te lezen van Thijs Pollmann, *De letteren als wetenschappen* (1999), door G. de Schutter; Judith Schoonenboom, *Analyse, norm en gebruik als factoren van taalverandering* (2000), door Marijke van der Wal; Adelia Carstens en Heinrich Grebe (red.), *Taallandskap* (2001), door Hans den Besten; Lambert ten Kate, *Gemeenschap tussen de Gottische spraeke en de Nederduytsche* (1710) en *Aenleiding tot de kennisse van het verheven deel der Nederduytsche spraeke* (1723), door Nicoline van der Sijs; en Liesbeth Degand, *Form and function of causation* (2001), door Luuk Lagerwerf. In de rubriek *DigiTaal* worden de taaldatabanken op het gebied van het Fries besproken.

Onze Taal, jrg. 72, nrs. 2/3, 4.

In de eerste twee bijdragen aan nummer 2/3 staat ergernis over taalgebruik centraal. Renée van Bezooijen heeft onderzocht wie zich nu eigenlijk het ergst ergeren aan grammaticale fouten zoals de verhaspeling van *kan* en *ken*. Vrouwen en ouderen scoorden het hoogst. Raymond Noë en Marc Oostendorp interviewen K. Schippers, die een roman over de Nederlandse taal heeft geschreven die zich – uiteraard op speelse wijze – keert tegen ambtenaren die het Engels het Nederlands binnensmokkelen. Jan Erik Grezel brengt onder de aandacht dat Turken en Marokkanen maar een deel van de ‘nieuwkomers’ uit de niet-EU-landen vormen die

een inburgeringscursus moeten volgen. De overige variëren van Boliviaanse academiëci tot Albanese vluchtelingen. Er blijkt dan ook nogal wat verschil in niveau te bestaan, waar in de cursussen in het algemeen niet genoeg rekening mee wordt gehouden. Ariane van Santen geeft een morfologische verklaring van de verhaspelingen waartoe het door de toenmalige minister Remkes geïntroduceerde woord ‘geprullenbakkeerd’ heeft geleid: naar analogie van werkwoorden op *-iseren* is het tot ‘prullenbakkeliseren’ gekomen. Ewoud Sanders gaat na hoe het zo is gekomen dat Lutjebroek met een uithoek wordt geassocieerd. De klank vervult een noodzakelijke voorwaarde, maar uiteindelijk is het Trea (‘Was jij maar ...’) Dobbs geweest die de doorslag heeft gegeven. Joop van der Horst voorspelt dat ‘heleboel’ en ‘aantal’ het, naar analogie van het verdwijnen van *een* in ‘een tal van’, binnenkort officieel zonder *een* zullen kunnen stellen, terwijl omgekeerd ‘tal van’, door de gelijkenis met ‘veel’ die door het wegvallen van *een* is ontstaan, ook voor niet-telbare enkelvoudigen (‘tal van informatie’) (en misschien zelfs voor telbare enkelvoudigen) zal kunnen worden gezet. Marc Oostendorp bespreekt deze keer geen proefschrift.

Nummer 4 is een themanummer over kindertaal. Marco Haverkort legt uit waarom het toch heel gewoon is dat de poes na veertien jaar nog steeds niets terugzegt, terwijl een kind al na een paar jaar nooit meer ophoudt. Het zit hem in het bloed. Maaike Verrips vindt het een wonder dat kinderen hun moedertaal zo snel en goed leren gezien de brei van non-woorden en niet-afgemaakte zinnen die ze in de regel van die moeder te horen krijgen. Papegaaien blijkt dan ook niet het hoofdbestanddeel van het leerproces te zijn. Jacqueline Evers-Vermeul en Ted Sanders laten zien dat beheersing van de verbindingswoorden een goede indicator is van

het taalbeheersingsniveau van een kind. Eerst komt *en* en dan *en dan* en *en toen*, pas daarna *want* en dan *daarom* en *omdat*, dan *maar*, maar *hoewel* is dan nog te moeilijk en komt daarna. Paula Flikkert bespreekt een inventarisatie van kindertaalvondsten – onvermijdelijk in een *special* over kindertaal. De inventarisatie bevat een aardig voorbeeld van een predikaat-logische kinderedenering: ‘Ridders hebben toch bruine paarden?’ ‘Sommige ridders wel, ja’, ‘Kijk, dit is een sommige ridders’. Kees van der Zwan is van mening dat het succes van kindertelevisieprogramma’s zoals *Kabouter Plop* onder meer te verklaren is uit de vaste patronen in het taalgebruik van de hoofdpersonages (‘Plopperdeplopperdeplop’). Ton den Boon legt uit hoe het kinderwoordenboek werkt. Het is geen alfabetisch geordend boek om iets in op te zoeken maar een thematisch ingedeeld boek om iets uit te leren, bijvoorbeeld dat een woord tot een bepaald woordveld hoort. Marc Oostendorp opent een nieuwe rubriek, Taalkunde voor kinderen, maar bespreekt ook weer een proefschrift, ditmaal *The effects of infant orthopaedics on speech and language development in children with unilateral cleft lip and palate* van Emmy M. Konst. Ewoud Sanders omzeilt het thema en identificeert de vindplaats van het overdrachtelijk gebruik van de plaatsnaam *Shangri-La* als aanduiding van een paradijselijk oord.

Tekst[blad], jrg. 9, nr. 1.

Het eerste artikel in dit nummer is van Margreet Onrust, die het moeilijk heeft met de ingewikkeldheid van een folder waarin aanstaande kiezers worden voorgelicht over de stemprocedure. De volgende drie artikelen gaan over persberichten. Dora Horjus heeft een aantal journalisten gevraagd hoe zij een persbericht graag geschreven zouden zien. Een korte opsomming van feiten en cijfers bleek de

voorkeur te hebben boven de lange en subjectieve stukken vol superlatieven, meningen en achtergrondinformatie waaruit het gemiddelde persbericht nu vaak bestaat. Kim Sleurs gaat na welke rol verlevendigende citaten (en pseudo-citaten) spelen in ‘voorgeformuleerde’ persberichten die door bedrijven en instanties naar de media worden gestuurd. Zulke citaten kunnen van grote waarde zijn, mits ze zo aantrekkelijk zijn geformuleerd dat ze gemakkelijk door de media die het bericht zouden moeten publiceren kunnen worden overgenomen. Jeanine Mies onthult het recept voor het ideale ‘voorgeformuleerde’ persbericht: ten hoogste dertig regels, één onderwerp, een antwoord op de relevante vragen over dit onderwerp, een hiërarchische opbouw (afhankelijk van de aard van het persbericht volgens een probleem-, maatregel-, evaluatie-, onderzoeks- of aankondigingsstramien), een goede inleiding (‘lead’) en een kernachtige kop. De journalisten zullen er van smullen! Jang Graat doet verslag van een congres over visuele technische communicatie, dat eind 2002 op Schiphol-Oost werd gehouden en waarin de kwestie centraal stond in welke contexten het beter is om visuele communicatiemiddelen te gebruiken dan verbale, en omgekeerd. De in de inleiding van het verslag gestelde vraag of een tekst langs een snelweg een beter resultaat geeft dan een plaatje blijft onbeantwoord. *Business consultant* Kees van Mansom presenteert een methode voor het gebruiksggericht ontwerpen van informatie- en communicatietechnologische ‘oplossingen’. Sietse Wolters legt uit in welke opzichten een gebrekkige vormgeving een jaarverslag onleesbaar kan maken: te brede kolommen, onleesbare tabellen en nietszeggende illustraties. Mieke Smulders maakt reclame voor het helderheidsbeleid van de verzekeringsmaatschappij Interpolis. Bas Andeweg en Wim Blokzijk gaan na wat

er in het huidige knippen-en-plakken-tijdperk nog te doen is tegen plagiaat. Bovenop van oudsher klemmende kwesties als de definitie van oorspronkelijkheid, het verschil tussen plagiaat en nabootsing en de grens tussen kopiëren en parodiëren blijkt nu het elektronische schrijfbedrijf de bewijsvoering tegen plagiaat wel heel erg te compliceren. Judith Mulder interviewt Esther Polak, ontwerpster van de omslag van Tekst[blad]. Samen met Felix van de Laar interviewt zij ook oud-hoofdredacteur Michaël Steehouder, de vertrekkende hoofdredacteur Nicole Ummelen en de nieuwe hoofdredacteur Els van der Pool. Joop van de Leemput interviewt twee eindredacteurs: Miriam Kristalijn, die een rechtskundig tijdschrift verzorgt, en Manja Cruson, eindverantwoordelijke voor een scholierenblad. Marcel Uljee en Edwin Luca interviewen Wouter Klootwijk over de kern van het schrijven van columns, de stijl. Wilbert Spooren heeft zelf een column geschreven, waarin hij aan de hand van de voegwoorden zijn licht laat schijnen over de verhouding tussen de theorie van het taalbeheersingsonderzoek en de praktijk van het beroepsmatig schrijven. In de rubriek Tekst[zaken] zijn berichten te lezen uit het beroepsschrijven van Marinet Haitsma, van Ferdinand Pronk en van Adrie Beyen.

Tijdschrift voor Communicatiewetenschap, jrg. 30, nr. 4.

Dit nummer is een themanummer over overheidscommunicatie naar aanleiding van het rapport Commissie Toekomst Overheidscommunicatie. Naar aanleiding van het voorstel van de commissie om overheidsvoorlichters niet pas in te schakelen als een bepaalde beleidsmaatregel moet worden uitgevoerd, maar ook al als zo'n maatregel nog in ontwikkeling is en aan allerlei procedures en discussies moet worden onderworpen – waar veel journalisten

wegens het gevaar van overheidspropaganda tegen zijn – gaat Peter Neijens na hoe overheids- en bedrijfscommunicatoren en journalisten over elkaar en hun onderlinge relatie denken. Roland van Gompel, Jo Steyaert en Keith Roe houden een pleidooi voor transparante (Vlaamse) overheidscommunicatie. Ze ontwikkelen een zogenoemd conceptueel transparantiemodel, dat als uitgangspunt dient om enkele van de belangrijkste problemen te verduidelijken waarmee de Vlaamse overheid te kampen heeft in het beschikbaar stellen en toegankelijk maken van overheidsinformatie. Neil van der Veer, Jan Gutteling, Lucien Hanssen en Erwin Seydel doen verslag van onderzoek naar het vertrouwen van burgers in de informatie die de overheid verstrekt over maatschappelijke ontwikkelingen. De auteurs concentreren zich op de voorlichting over genetisch gemanipuleerd voedsel. Martine Bouman gaat in op het gebruik van televisieamusement in overheidscommunicatie. Ze gaat na welke gedachte er aan deze communicatiestrategie ten grondslag ligt, wat de effectiviteit ervan is en of er ethische bezwaren aan kleven. Ook gaat ze in op de samenwerking tussen de publieke en de private sector die er op dit terrein bestaat. Carolien Gehrels geeft een toelichting op het zogenoemde Communicatiespectrum, een instrumentarium waarmee verbanden kunnen worden gelegd tussen de verschillende fasen in een beleidsproces, de verschillende soorten relaties tussen de overheid (of een organisatie) en (groepen van) burgers en de verschillende middelen en kanalen die gebruikt kunnen worden voor de communicatie tussen overheid of organisatie en burger. Het instrumentarium kan dienen om in de verschillende fasen van beleidsontwikkeling tot de meest toepasselijke vormen van communicatie tussen de betrokkenen te komen. De bijdrage van Betteke van Ruler en Rob de Lange sluit

Uit de tijdschriften

aan bij de eerste bijdrage aan dit nummer. Zij zijn van mening dat de overheid in communicatiedeskundig opzicht nog niet is toegerust om naast voorlichting over beleidsuitvoering informatie te verschaffen over beleidsontwikkeling. Alvorens de hiervoor benodigde communicatieafdelin-

gen kunnen worden ingericht zou eerst moeten worden vastgesteld hoe er bij de verschillende beleidsafdelingen tot goede aanbevelingen aan de communicatoren kan worden gekomen.

Peter Houtlosser

Nieuws uit het vakgebied

Oraties

Op 27 mei heeft prof. dr. C.M. de Glopper, benoemd tot hoogleraar in de Faculteit der Letteren met de leeropdracht Taalbeheersing van het Nederlands, zijn oratie *Proeven van taalbeheersing* gehouden.

Prof. dr. Wilbert Spooren, gewoon hoogleraar Taal & Communicatie in de Letterenfaculteit van de Vrije Universiteit Amsterdam, heeft op 9 mei een oratie gehouden onder de titel *Taalbeheersing als interdiscipline*.

Promoties

Op 17 juni heeft Mirna Pit aan de Universiteit Utrecht met succes haar dissertatie *How to express yourself with a causal connective. Subjectivity and causal connectives in Dutch, German and French* verdedigd. Promotor was prof. dr. mr. P.J. van den Hoven, co-promotor was dr. H.L.W. Pander Maat.

Op 19 juni is Jan Albert van Laar aan de Rijksuniversiteit Groningen gepromoveerd op het proefschrift *The dialectics of ambiguity. A contribution to the study of argumentation*. Promotores waren prof. dr. E.C.W. Krabbe en prof. dr. F.H. van Eemeren.

Congressen

Op vrijdag 27 juni 2003 vindt aan de Erasmusuniversiteit in Rotterdam het vierde Symposium Juridische Argumentatie plaats. Op dit symposium staan de ontwikkelingen in de rechtspraak en de rechtstheorie centraal die van betekenis zijn voor het onderzoek naar juridische argumentatie. Er zijn plenaire lezingen van prof.dr. G.A. den Hartogh (UvA) en prof.dr. P. Westerman (RUG/VU). Vaste thema's die ook op de symposia in 1993, 1996 en 1999 aan de orde kwamen zijn: structuren van juridische argumentatie, de rationele reconstructie van juridische betogen, argumentatie en interpretatie, de rol van algemene rechtsbeginselen, redelijkheid en billijkheid, de motivering van rechterlijke beslissingen, logica en retorica. De bijdragen aan het symposium zullen worden gepubliceerd in een bundel die zal uitkomen bij Ars Aequi.