

# Inhoud

## Voorwoord IX

## Inleiding XI

*Renske van Enschoot en Joyce Karreman*

## 1 Functionele analyse 1

*Joyce Karreman en Renske van Enschoot*

- 1.1 Inleiding 2
- 1.2 Achtergronden van de functionele analyse 4
  - 1.2.1 Taalhandelingstheorie 4
  - 1.2.2 Tekstkwaliiteit 5
- 1.3 Analyse van onderwerp, zender, doelgroep en organisatiedoelen 6
  - 1.3.1 Onderwerp en de schrijver (zender) 7
  - 1.3.2 Doelgroep en aangesproken lezer 8
  - 1.3.3 Organisatiedoelen 10
- 1.4 Bepalen van de communicatieve en consecutieve doelen 10
  - 1.4.1 Verschillende soorten communicatieve doelen 11
  - 1.4.2 Communicatief doelenschema 13
  - 1.4.3 Consecutieve doelen 16
- 1.5 Teksthandelingen inventariseren en koppelen aan de communicatieve doelen 18
  - 1.5.1 Wat is een tekstonderdeel? 18
  - 1.5.2 Verschillende soorten teksthandelingen 20
  - 1.5.3 Relatie tussen teksthandelingen en communicatieve doelen 24
- 1.6 Evaluatie van en verbeter suggesties voor de tekst 26
- 1.7 Toepassing van functionele analyse 27
  - 1.7.1 Methode 28
  - 1.7.2 Voorbeeld 30
- Literatuur 39

## 2 Coherentieanalyse 41

*Letica Hustinx en Joyce Karreman*

- 2.1 Inleiding 42
- 2.2 Achtergronden van de coherentieanalyse 45
- 2.3 Referentiële coherentie 47
  - 2.3.1 Referentiële relaties die vooral een beroep doen op taalkennis 49
  - 2.3.2 Referentiële relaties die vooral een beroep doen op wereldkennis 56

- 2.3.3 Problemen bij het interpreteren van referentiële relaties 59
- 2.3.4 Referentiële analyse en oplossen van problemen 66
- 2.4 Relationele coherentie 67
  - 2.4.1 Coherentiemarkeerders 70
  - 2.4.2 Verschillende typen relationele coherentie 71
  - 2.4.3 Problemen bij het interpreteren van relationele coherentie 79
- 2.5 Toepassing van coherentieanalyse 81
  - 2.5.1 Methode 81
  - 2.5.2 Voorbeeld 83
- Literatuur 95

### 3 Retorische analyse 99

*Uriël Schuurs en Bé Breij*

- 3.1 Inleiding 100
- 3.2 Geschiedenis van de retorica in vogelvlucht 101
  - 3.2.1 Griekenland 102
  - 3.2.2 Rome 104
  - 3.2.3 Invloed van de klassieke retorica 104
- 3.3 Verschillende soorten redevoeringen 106
- 3.4 De vijf onderdelen van de klassieke redevoering 107
- 3.5 Inhoudelijke overtuigingsmiddelen: ethos, pathos en logos 108
- 3.6 De stijl als overtuigingsmiddel 110
  - 3.6.1 Stijldeugden 111
  - 3.6.2 Stijlsoorten 112
  - 3.6.3 Stijlfiguren 117
- 3.7 Toepassing van retorische analyse 129
  - 3.7.1 Methode 131
  - 3.7.2 Voorbeeld 133
- Literatuur 149

### 4 Argumentatieanalyse 151

*Gerard Verhoeven en Peter Jan Schellens*

- 4.1 Inleiding 152
- 4.2 Enkele theoretische achtergronden 153
  - 4.2.1 Retorica en persuasietheorie 154
  - 4.2.2 Logica 154
  - 4.2.3 Argumentatietheorie: pragmadialectiek 156
- 4.3 Analyse van argumentatie 159
  - 4.3.1 Het herkennen van standpunten en argumenten 159
  - 4.3.2 Enkelvoudige argumentatie: het model van Toulmin 161
  - 4.3.3 Meervoudige argumentatie 164
- 4.4 Evaluatie: algemene evaluatiecriteria 171
  - 4.4.1 De aanvaardbaarheid van de gegevens 171
  - 4.4.2 De aanvaardbaarheid van de rechtvaardiging 172

- 4.4.3 De volledigheid van de argumentatie 173
- 4.4.4 Twee rechtvaardigingsdrogredenen 174
- 4.5 Evaluatie: specifieke evaluatiecriteria 174
  - 4.5.1 Evaluatiecriteria bij argumentatie voor beschrijvende standpunten 176
  - 4.5.2 Twee causale drogredenen 179
  - 4.5.3 Evaluatiecriteria bij argumentatie voor normatieve standpunten 180
  - 4.5.4 Drie normatieve drogredenen 183
  - 4.5.5 Evaluatiecriteria bij ongebonden argumentatie 184
  - 4.5.6 Drie drogredenen met ongebonden argumentatie 188
- 4.6 Toepassing van argumentatieanalyse 189
  - 4.6.1 Methode 189
  - 4.6.2 Voorbeeld 191
- Literatuur 197

## 5 Narratieve analyse 199

*José Sanders en Kobie van Krieken*

- 5.1 Inleiding 200
- 5.2 Achtergronden van de narratieve analyse 201
  - 5.2.1 Begripsdefinitie 202
  - 5.2.2 Contextspecifieke functies van verhalen 204
- 5.3 Interactieve benadering: verhaalplot 208
- 5.4 Narratologische benadering: vertelling 210
  - 5.4.1 Temporele structuur 211
  - 5.4.2 Verteller 211
  - 5.4.3 Personages 212
- 5.5 Taal- en tekstwetenschappelijke benadering: tekst 213
  - 5.5.1 Tijdkenmerken 213
  - 5.5.2 Perspectief 214
  - 5.5.3 Citaten 217
- 5.6 Toepassing van narratieve analyse 221
  - 5.6.1 Methode 221
  - 5.6.2 Voorbeeld 223
- Literatuur 236

## 6 Genreanalyse 239

*Uriël Schuurs en Elizabeth de Groot*

- 6.1 Inleiding 240
- 6.2 Achtergronden van de genreanalyse 247
  - 6.2.1 Drie tradities binnen genreanalyse 251
  - 6.2.2 ESP en sociaal constructivisme 254
- 6.3 Genrekenmerken 257
  - 6.3.1 Context en communicatief doel 257

6.3.2	Inhoudelijke en structurele kenmerken van genres	259
6.3.3	Linguïstische kenmerken van genres	263
6.3.4	Vormgeving van genres	265
6.4	Een bespreking van enkele genres	266
6.4.1	De recensie	266
6.4.2	Het kookrecept	269
6.5	Toepassing van genreanalyse	276
6.5.1	Methode	276
6.5.2	Voorbeeld	278
	Literatuur	289

**Over de auteurs** 295

**Register** 297

# 1 FUNCTIONELE ANALYSE

## **Joyce Karreman en Renske van Enschot**

In dit hoofdstuk leer je:

- waarvoor je de functionele analyse kunt gebruiken: om te bepalen of een tekst zijn doelen bereikt;
- wat de achtergronden van de functionele analyse zijn: de taalhandelings-theorie en het onderzoek naar tekstkwaliteit;
- hoe je de precieze stappen van de functionele analyse toepast, met onder meer verschillende soorten doelen en teksthandelingen;
- hoe je je analyse weergeeft in een communicatief doelenschema;
- hoe je op basis van je analyse de functionaliteit van een tekst bepaalt en onderbouwde verbeter suggesties kunt doen.

1.1 INLEIDING

Advertentie Eat Natural

Sommige van jullie zijn op zoek naar meer dan alleen een tussendoortje, daarom hebben wij besloten jullie iets extra's te geven...

**bars with benefits**

**EAT NATURAL** bars with benefits  
 high omega-3  
 chocolate chunks, peanuts & seeds  
 gluten and wheat free

**EAT NATURAL** bars with benefits  
 high in fibre  
 apple, ginger & dark chocolate

**EAT NATURAL** bars with benefits  
 extra protein  
 maple syrup, pecans & peanuts  
 extra prot

**Vezeis**  
 In je dieet zijn belangrijk voor een gezonde spijsvertering en zorgen voor een verzadigd gevoel.

**Omega-3**  
 vetzuren beschermen tegen hart- en vaatziekten en kan je uitsluitend via voeding binnenkrijgen.

**Proteïnes**  
 zijn de bouwstenen die zorgen voor opbouw en onderhoud van het lichaam.

**ENJOY!**

Eat Natural 'Bars with Benefits' zijn laag in zout, glutenvrij, OK voor Veggies ...en precies wat jij wil voor je actieve levensstijl!

**EAT NATURAL**  
 Simple... isn't it?

Exclusief verkrijgbaar bij Albert Heijn

f @ eat-natural.nl

Bovenstaande advertentie stond in het voorjaar van 2017 in de Allerhande, het gratis tijdschrift van supermarkt Albert Heijn met recepten en informatie over de producten van Albert Heijn. In deze advertentie prijst Eat Natural verschillende repen aan. Niet zomaar tussendoortjes, maar repen met iets extra's: vezels, omega-3-vetzuren of proteïnes. Deze advertentie is waarschijnlijk bedoeld om de lezers ertoe te brengen een of meer van deze pakjes met repen

te kopen. Maar zal de advertentie erin slagen dit doel te bereiken? En zo ja, hoe komt dat? Of zo nee, wat moet er veranderd worden aan de advertentie om het doel wel te kunnen bereiken?

Antwoorden op deze vragen kun je krijgen met een functionele analyse. Door deze analyse uit te voeren, krijg je inzicht in de doelen die een schrijver met een tekst, zoals een advertentie, probeert te bereiken en kun je een voorspelling doen over de vraag of deze doelen al dan niet bereikt zullen worden. De functionele analyse richt zich op de doelgroep(en) en de doelen van een tekst en vervolgens op de afstemming van de inhoud van de tekst daarop. Deze analyse begint met een korte blik op de context waarin de tekst tot stand is gekomen en waarin deze functioneert. Daarna richt de analyse zich op de tekst zelf, net als de andere analysemethoden in dit boek. In de verschillende opeenvolgende stappen wordt steeds gedetailleerder gekeken naar de tekst. Deze functionele analyse kun je toepassen op allerlei zakelijke teksten, niet alleen op reclameachtige teksten zoals de voorbeeldtekst over repen van Eat Natural, maar ook op bijvoorbeeld voorlichtingsbrochures, nieuwsberichten en recensies.

Bij een functionele analyse van de voorbeeldtekst zou een eerste constatering zijn dat de tekst afkomstig is uit het tijdschrift *Allerhande* en op een advertentie lijkt. Het is dan logisch om te veronderstellen dat Eat Natural met deze tekst wil bereiken dat de lezers de repen zullen kopen om er zo voor te zorgen dat Eat Natural uiteindelijk meer omzet maakt. Om dit doel te kunnen bereiken, zullen de lezers er in de eerste plaats van op de hoogte moeten zijn dat de repen bestaan. Verder zullen ze ervan overtuigd moeten worden dat deze verschillende soorten repen verantwoorde tussendoortjes zijn en moeten ze ertoe worden aangespoord de repen daadwerkelijk te kopen.

Hoe waarschijnlijk is het nu dat al deze doelen gehaald worden? Om daar iets over te kunnen zeggen, is een analyse van de verschillende onderdelen van de tekst nodig. Belangrijke vragen daarbij zijn wat elk onderdeel bijdraagt tot een doel, of alles in de tekst staat wat voor een doel nodig is en of er geen onnodige of zelfs contraproductieve stukken in staan. Nadat je deze vragen beantwoord hebt, kun je een afgewogen oordeel geven over de kwaliteit van de tekst en een voorspelling doen over het bereiken van de doelen. Daarnaast kun je suggesties doen voor aanpassingen die de tekst geschikter maken om de doelen te bereiken.

In dit hoofdstuk leer je een functionele analyse van een tekst uit te voeren volgens de volgende vier stappen:

- In stap 1 stel je vast wat het *onderwerp* van de tekst is, wie de *zender* van de tekst is en voor wie de tekst bestemd is (de *doelgroep*). Ook beschrijf je welk *organisatiedoel* de zender met de tekst wil bereiken. In paragraaf 1.3 bespreken we deze eerste stap in detail.
- In stap 2 bepaal je welke *communicatieve doelen* (zoals geïnformeerd raken of overtuigd worden) een rol spelen in de tekst. Ook bepaal je of deze com-

municatieve doelen kunnen leiden tot een gedragsverandering van de lezer (*consecutief doel*). Deze stap wordt besproken in paragraaf 1.4.

- In stap 3 identificeer je welke functie de verschillende onderdelen van de tekst hebben. Je beschrijft in deze stap nauwkeurig welke *teksthandelingen* in de verschillende onderdelen worden uitgevoerd. Daarna bepaal je in hoeverre de teksthandelingen bijdragen aan het bereiken van de communicatieve doelen. Hierover lees je meer in paragraaf 1.5.
- Stap 4 betreft de uiteindelijke *beoordeling* van de tekst. Draagt de tekst optimaal bij aan het doel of de doelen? Zo niet, hoe zou de tekst veranderd kunnen worden? Hoe je deze laatste stap uitvoert, bespreken we in paragraaf 1.6.

Voordat we op de methode zelf ingaan, bespreken we eerst in paragraaf 1.2 kort de wetenschappelijke achtergrond ervan.

## 1.2 ACHTERGRONDEN VAN DE FUNCTIONELE ANALYSE

### 1.2.1 Taalhandelingstheorie

Een belangrijk fundament van de functionele analyse is de zogeheten taalhandelingstheorie, waarvan de Britse taalfilosofen Austin (1962) en Searle (1969) de grondleggers zijn (zie ook Houtkoop & Koole, 2008). In deze theorie wordt gepoogd een verbinding te leggen tussen de *betekenis* van taaluitingen en hun *functie* in de communicatie.

Volgens de taalhandelingstheorie wordt met elke taaluiting een *handeling* verricht. Iets zeggen is volgens deze theorie dus hetzelfde als iets doen. Met het uitspreken van “Hartelijk gefeliciteerd” verricht de spreker de handeling van het feliciteren. Met het uitspreken van “Ik beloof je dat ik vanavond op tijd ben” wordt ook een handeling verricht, namelijk een belofte. De spreker schept een verplichting voor zichzelf waar de ander hem aan kan houden. Maar ook met taaluitingen die op het eerste gezicht niets met een handeling te maken hebben, worden volgens deze theorie handelingen verricht. Als iemand bijvoorbeeld zegt: “Mijn buurmeisje is mooi”, dan deelt hij iets mee over een eigenschap van zijn buurmeisje. Ook *meedelen* wordt gezien als een handeling. De handelingen die met de uitingen worden verricht, worden *taalhandelingen* (*speech acts*) genoemd.

Taalhandelingen bestaan uit drie niveaus: locutie, illocutie en perlocutie. De *locutie* is simpelweg de handeling van het produceren van de uiting. Wat de spreker doet met zijn uiting, wordt de *illocutionaire strekking* van de handeling genoemd. Zogeheten *taalhandelingswerkwoorden* weerspiegelen deze illocutionaire strekking. In de voorbeelden hierboven wordt naar de illocutionaire strekking verwezen met de taalhandelingswerkwoorden *feliciteren*, *beloven* en *meedelen*. Wanneer we het vervolgens hebben over het effect dat de taalhandeling op de ontvanger zou moeten hebben, komen we bij de *perlocutionaire strekking* van



de taalhandeling. Als het KNMI bijvoorbeeld een waarschuwing geeft dat de wegen erg glad zijn door ijzel, dan kan het effect daarvan op de ontvangers van dit bericht zijn dat ze extra voorzichtig gaan rijden, of misschien zelfs dat ze thuis blijven. In dit voorbeeld is de waarschuwing de illocutionaire strekking en is het extra voorzichtig gaan rijden of zelfs thuis blijven de perlocutionaire strekking. Het verschil tussen het illocutionaire en het perlocutionaire niveau is ook goed te illustreren met het verschil tussen *argumenteren* (wat de spreker doet, dus de illocutionaire strekking) en *overtuigen* (wat het beoogde effect is, de perlocutionaire strekking van het argumenteren).

Taalhandelingen kunnen op verschillende manieren geuit worden. Iemand kan zeggen: "Doe je het raam even dicht?" Dan is de strekking van de uiting direct duidelijk: de spreker *verzoekt* (taalhandelingswerkwoord) iemand het raam te sluiten. Dit wordt een *directe taalhandeling* genoemd. Maar iemand kan ook zeggen: "Wat is het hier koud." Strikt genomen is dat een *mededeling*. Als dat gezegd wordt door iemand die in een kamer zit waar het raam wagenwijd openstaat terwijl het buiten vriest, begrijpt iedereen dat het ook hier eigenlijk om een *verzoek* gaat. Er is dan sprake van een *indirecte taalhandeling*. Of een mededeling een indirect verzoek is, hangt wel af van de situatie. Als dezelfde uiting komt van iemand die in een sneeuwbus bij de bushalte staat te wachten, dan is er uiteraard geen sprake van een verzoek, maar enkel van een mededeling.

De taalhandelingstheorie richt zich in tegenstelling tot de functionele analyse doorgaans niet op volledige teksten. De functionele analyse gaat in dat opzicht dus verder dan de taalhandelingstheorie.

### 1.2.2 Tekstkwaliteit

Een tweede inspiratie voor de functionele analyse is het onderzoek naar tekstkwaliteit. Hoewel dat strikt genomen al wortels heeft in de klassieke retorica (zie hoofdstuk 3, *Retorische analyse*), kwam het in de jaren zeventig van de vorige eeuw weer sterk in de belangstelling te staan. Wat maakt een tekst tot een goede tekst? In eerste instantie waren onderzoekers vooral geïnteresseerd in de *begrijpelijkheid* van een tekst of in de *overtuigingskracht*. De Engelse onderzoeker Wright schreef in 1980 een belangrijk artikel waarin werd beargumenteerd dat de kwaliteit van een tekst sterk afhangt van de *functie* van de tekst. Soms gaat het vooral om begrijpelijkheid (in een studieboek), soms om overtuigingskracht (in een advertentie), soms om de bruikbaarheid bij het uitvoeren van een taak (in een gebruiksaanwijzing).

In de jaren daarna werd steeds vaker evaluatieonderzoek gedaan waarin de kwaliteit van een tekst werd afgezet tegen de functie die de tekst had, bijvoorbeeld in de communicatie tussen een organisatie en haar publiek. Zo onderzochten Jansen en Steehouder (1989) de functionaliteit van voorlichtingsfolders en formulieren van de overheid. Hun onderzoek liet goed zien waarom burgers veel problemen hebben om formulieren in te vullen. Elling (1991) deed onderzoek naar veiligheidsvoorschriften. Hij ontdekte onder andere dat veiligheidsvoorschriften vaak slecht functioneren omdat ze soms tegenstrijdige functies

hebben: ze moeten dienen als instructiemateriaal voor het personeel, maar tegelijk ook als juridische regel voor het geval er een ongeluk zou gebeuren. Van Gemert-Pijnen (2003) trok een vergelijkbare conclusie in haar onderzoek naar veiligheidsprotocollen in ziekenhuizen. Farkas (1999) concludeerde dat instructieve teksten, zoals handleidingen, vaak meer functies hebben dan alleen instrueren. Lezers van instructies moeten er bijvoorbeeld ook van overtuigd raken dat het relevant is om de instructies uit te voeren.

Voordat er iets gezegd kan worden over de kwaliteit van een tekst (en de gebreken ervan), moet dus eerst onderzocht worden wat de functie van de tekst is. De term *functionele analyse* voor dit soort onderzoek is voor het eerst gebruikt door Lentz (1991) en Pander Maat en Lentz (1994) in hun onderzoeken naar de functionaliteit van bijsluiters bij medicijnen en teksten over subsidieregelingen. In hun boek *Wat mankeert er aan die tekst?* (1993) hebben Lentz en Pander Maat hun aanpak gedetailleerd beschreven. Belangrijke uitgangspunten zijn:

- De context moet nauwkeurig bestudeerd worden voorafgaand aan de eigenlijke analyse.
- Functionele analyse moet leiden tot voldoende informatie voor de schrijver van de tekst om deze te kunnen verbeteren.

Lentz en Pander Maat hebben aansluitend verschillende artikelen gepubliceerd over de functionele analyse en de haken en ogen die er aan deze methode zitten (bijvoorbeeld Lentz, 1999). Daarnaast hebben zij laten zien dat functionele analyse weliswaar in de eerste plaats een methode is om *bestaande* teksten te analyseren, maar dat deze methode ook gebruikt kan worden door de schrijvers van nieuwe teksten. Aan het begin van het schrijfproces moeten zij immers bepalen voor wie zij de tekst schrijven en welke doelen ze met de tekst willen bereiken (Lentz & Pander Maat, 2004).

In het boek *Tekstanalyse. Wat teksten tot teksten maakt* beschrijft Pander Maat (2002) een algemene methode van tekstanalyse. In het eerste deel van zijn boek gaat hij vooral in op de samenhang binnen teksten (zie ook hoofdstuk 2, *Coherentieanalyse*). De laatste hoofdstukken gaan over de functies en doelen van teksten, en hoe je deze kunt analyseren. Dit boek is een aanrader voor als je verder wilt verdiepen in de functionele analyse.

In onze aanpak van de functionele analyse volgen we in grote lijnen die van Lentz en Pander Maat (1993), maar de context speelt een minder belangrijke rol. Wij gaan bij de analyse voornamelijk uit van de tekst zelf en beperken ons tot een klein contextonderzoek.

### 1.3 ANALYSE VAN ONDERWERP, ZENDER, DOELGROEP EN ORGANISATIEDOELEN

Met een tekst wil de schrijver of de organisatie die voor de tekst verantwoordelijk is doorgaans een bepaald effect bereiken bij de lezers: Eat Natural wil bereiken dat klanten van Albert Heijn de repen gaan kopen. De redactie van een