DaB

DISCOURSANALYTISCHE BRIL

HANDREIKING DISCOURSANALYSE

Annette Klarenbeek

Baukje Stinesen

Jaimy Hartog

Hanze Hogeschool Groningen, Hogeschool Utrecht en
Dienst Publiek en Communicatie Ministerie van Algemene Zaken

COLOFON

DaB: Handreiking discoursanalyse

Hanzehogeschool Groningen
Lectoraat Communication
& Sustainable Society

Hogeschool Utrecht Lectoraat
Crossmediale Communicatie in
het Publieke Domein

mei 2014

Auteurs
Annette Klarenbeek
Baukje Stinesen
Jaimy Hartog
Tekstcorrectie
Ellen Segeren

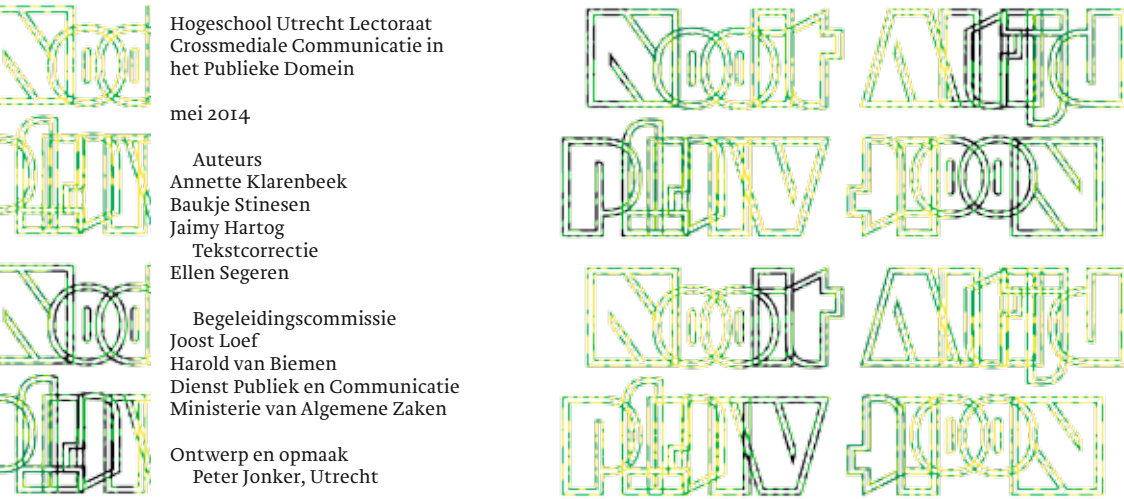
Begeleidingscommissie
Joost Loef
Harold van Biemen
Dienst Publiek en Communicatie
Ministerie van Algemene Zaken

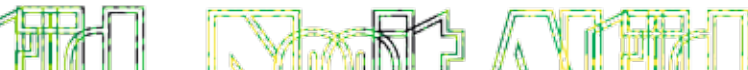
Ontwerp en opmaak
Peter Jonker, Utrecht

Drukwerk
Mart.Spruijt, Amsterdam

Lectoraat Communication
& Sustainable Society
j.m.e.klarenbeek@pl.hanze.nl
www.hanze.nl

Lectoraat Crossmediale Communicatie in het Publieke Domein
baukje.stinesen@hu.nl
www.publab.hu.nl





INHOUDSOPGAVE

EEN WENKEND PERSPECTIEF 5

EEN INLEIDING IN DISCOURSANALYSE 9
- Discursieve psychologie 9
- Taal als sociaal gedrag 10
- Het nut van discoursanalyse 11
- Discoursanalyse biedt methode en perspectief voor de communicatieprofessional 13
- Positionering van discoursanalyse als instrument 16
- In het kort 18

HOE GAAN WE TE WERK? 19
- Begrippen en uitgangspunten 20
- I: VRAAGSTUK 21
- II: AANPAK 23
- III: ANALYSE 30
- IV: RESULTATEN 34
- V: COMMUNICATIE 37
- In het kort 40

EEN VOORBEELD UIT DE PRAKTIJK: DE ZAAK-VAATSTRA 42

DE GROOTSTE KANS OP BETER CONTACT 55

BRONNEN 56

EEN WENKEND PERSPECTIEF

‘Discoursanalyse’, ‘een discursieve benadering’ of ‘een interactioneel perspectief’. Termen die steeds vaker opduiken in het domein van de communicatieprofessional. Ze geven een bijzondere manier van kijken naar communicatie weer. Kijken met speciale aandacht voor de wijze waarop mensen in gesprek met elkaar dingen *doen* met taal. Zo zie je bijvoorbeeld dat AKO Literatuurprijs-winnaar Joke van Leeuwen een ogenschijnlijk neutrale vraag van Twan Huys anders oppakt:

Interviewer Twan Huys: *‘Nog één vraag: 50.000 euro heeft u gekregen vanavond, heeft u al enig idee wat u met ’t geld gaat doen?’*

Prijswinnaar Joke van Leeuwen: *‘Nou, ik denk niet dat dat een vraag is die ook gesteld wordt aan al die mensen die elk jaar vijf keer de balkenendenorm krijgen. Ik kan het zeker gebruiken. Ik ben een zzp’er.’*

Haar antwoord laat zien dat de prijs evenals de besteding ervan op een bepaalde manier gevoelig ligt. Ze vertelt niet *wat* ze er mee gaat doen, maar benadrukt dat ze de prijs als zzp’er goed kan gebruiken. Ze behandelt de kwestie dus als een die om verantwoording vraagt, hoewel Twan Huys niet expliciet om verantwoording vroeg. Dit voorbeeld illustreert hoe er in het gesprek van alles gebeurt. Mensen doen – vaak onbewust en impliciet – allerlei dingen met taal. Ze beschuldigen, verontschuldigen, presenteren zichzelf op een bepaalde manier. Met andere woorden: ze zijn altijd bezig de ander te overtuigen van de vanzelfsprekendheid van een bepaalde werkelijkheid (in dit geval bijvoorbeeld dat de geldprijs gerechtvaardigd is). Taal is dus niet een neutraal middel waarmee we de werkelijkheid om ons heen slechts beschrijven; de woorden die we kiezen hebben altijd een effect.

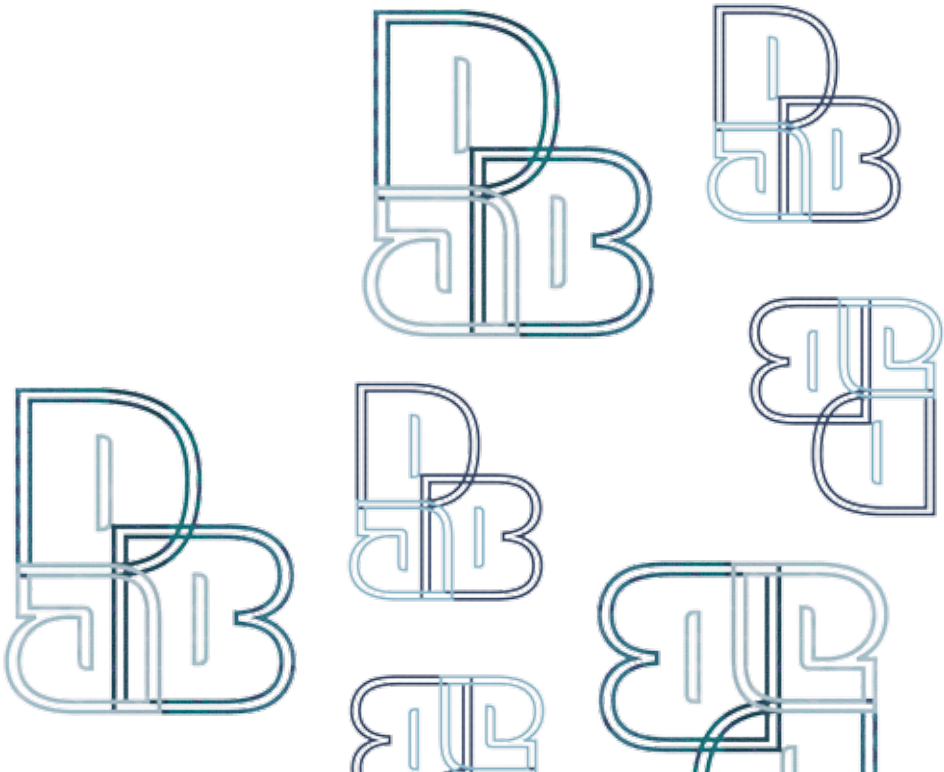
De '**discoursanalytische bril**', kortweg de **DaB**, biedt je als communicatieprofessional een waardevol instrument. Met de DaB kun je verder kijken dan de *inhoud* van een uitspraak. Ook het *effect* van de gekozen vorm wordt zichtbaar. Je kijkt naar de manier waarop mensen zelf al betekenis geven aan kwesties die hen bezighouden. Veelal doen ze dit in gesprek met anderen. Al pratende tasten ze meningen af en proberen ideeën uit. Door als communicatieprofessional oog te hebben voor wat er in gesprekken gebeurt, kun je tot verrassende inzichten komen. Het helpt je de omgeving beter te begrijpen.

Deze kijk op communicatie past bij de ontwikkeling waarbij de communicatieprofessional de organisatie steeds vaker adviseert in haar *license to operate*. Het luisteren naar gesprekken kan organisaties helpen beter aan te sluiten bij de omgeving (Van Woerkum & Aarts, 2008). Een goed inzicht in de ontwikkelingen in de omgeving biedt immers de mogelijkheid om mee te bewegen. Dit vraagt om een verbrede visie op communicatie, waarbij de aandacht uitgaat naar de interacties tussen mensen en groepen mensen (Aarts, 2009). Het betekent ook dat men zich moet willen *laten* beïnvloeden. Alleen dan kunnen organisaties zelf invloed uitoefenen. Wanneer met signalen uit de omgeving weinig wordt gedaan, kan het idee ontstaan dat de organisatie niet geïnteresseerd is in wat de omgeving te vertellen heeft. Om een relatie op te bouwen, zijn echte zorg en belangstelling essentieel. De communicatieprofessional moet de omgeving dus willen begrijpen en daarvoor willen exploreren. Pas dan kan contact ontstaan en ontstaat ook ruimte voor vertrouwen.

Door gesprekken te exploreren met de DaB groeit het begrip voor de dynamiek in de omgeving, waardoor de communicatie effectiever kan worden ingevuld. De DaB sluit zodoende ook mooi aan bij de Reflectieve Communicatie Scrum van prof.dr. Betteke van Ruler (2013), een methode voor het plannen van communicatieacties, met veel aandacht voor het monitoren van datgene waarover mensen in de omgeving van een organisatie praten en ook voor de manier waarop ze praten. De DaB biedt je hiervoor een perspectief. Zo kun je als communicatieprofessional *buiten naar binnen* brengen: je *analyseert* de ontwikkelingen in de omgeving. Je vergroot daarmee het inzicht in eventuele controverses en gevoeligheden die er leven en *adviseert* de organisatie in haar communicatieve beleid.

Een sterk ontwikkelde communicatieve sensitiviteit is zeer waardevol voor de reflectieve communicatieprofessional die contact wil maken met de omgeving. Met deze handreiking willen we je een beeld geven van hoe je deze communicatieve sensitiviteit kunt vergroten en hoe je de DaB in de praktijk kunt inzetten bij de ontwikkeling van je communicatiebeleid.

In het eerste hoofdstuk, 'Een inleiding in discoursanalyse', behandelen we vragen als: Wat is een discoursanalyse? En wat is het nut daarvan voor de communicatieprofessional? Vervolgens bieden we in het hoofdstuk 'Hoe gaan we te werk?' een praktisch handvat voor discoursanalyse. Dit handvat is in de eerste plaats bedoeld als een kennismaking met de benadering: het geeft een beeld van het proces dat bij een discoursanalyse wordt doorlopen, de inzichten die ermee worden opgedaan en de meerwaarde daarvan voor de communicatieprofessional. We sluiten deze handreiking af met een voorbeeld van een discoursanalyse in de communicatiepraktijk: de zaak-Vaatstra.



EEN INLEIDING IN DISCOURSANALYSE

Discoursanalyse, het uitgangspunt voor de DaB, spreekt als begrip misschien niet direct voor zich. Er zijn bovendien verschillende vormen van discoursanalyse en de definitie van een 'discours' en het onderzoeksterrein variëren per vorm. Daarom beschrijven we de discoursanalyse in dit hoofdstuk eerst zoals deze in de handreiking bedoeld wordt.

DISCURSIEVE PSYCHOLOGIE

De vorm van discoursanalyse waar het in deze handreiking om gaat berust op de uitgangspunten van de *discursieve psychologie*. De discursieve psychologie onderzoekt hoe psychologische concepten worden gebruikt in alledaagse gesprekken. De discoursanalyse richt zich op zogenoemde psychologische kernactiviteiten in gesprekken tussen mensen: er wordt gekeken hoe mensen al pratende een bepaalde identiteit opbouwen, een houding verwoorden of betekenis aan iets geven (Wetherell & Potter, 1992).

Discursief betekent zoiets als 'gespreksgewijze', 'redenerend' of 'stapje voor stapje met elkaar tot een conclusie komen'. Met andere woorden: er wordt gekeken hoe mensen *in gesprek met elkaar* tot inzichten komen. Allerlei zaken worden al pratende afgetast, en regelmatig gebruiken we het gesprek om tot oplossingen, standpunten of conclusies te komen. Met 'conclusies' doelen we hier dus op *betekenissen* die in gesprekken tussen mensen worden gecreëerd (Edwards & Potter, 2001; Potter, 2004). Deze betekenissen zijn echter niet per definitie vanzelfsprekend: in het gesprek moeten we de ander regelmatig nog overtuigen van een bepaalde voorstelling van zaken. De discursieve psychologie gaat ervan uit dat we in onze gesprekken met anderen (hoewel meestal *onbewust*)

vaak een *doel* hebben (Aarts & Te Molder, 1998). In de simpelste zin is dit doel de ander te overtuigen van de vanzelfsprekendheid van een bepaalde werkelijkheid. Zo'n werkelijkheid kan van alles zijn. Petra Sneijder onderzocht voor haar proefschrift *Food for talk* bijvoorbeeld hoe mensen in hun online conversaties hun veganistische eetpatroon als normaal proberen te presenteren (Sneijder, 2006).

Als we iemand willen overtuigen, moeten we geloofwaardig zijn. Volgens de discursieve psychologie zijn we, terwijl we praten, dan ook (*onbewust*) constant bezig om geloofwaardig over te komen en zo de ander ervan te overtuigen dat iets (een werkelijkheid) vanzelfsprekend of waarachtig is. De manier waarop we ons uitdrukken en de woorden die we kiezen om zaken te beschrijven, zijn dus niet willekeurig of neutraal. Ze dienen een doel. Dit is in de kern waar deze vorm van discoursanalyse zich mee bezighoudt: hoe weten mensen de ander ervan te overtuigen dat zij geloofwaardig zijn? En welk beeld of welke werkelijkheid wordt daarmee aannemelijker? De aandacht gaat dus niet alleen uit naar de inhoud van datgene wat gezegd wordt, maar vooral ook naar de *vorm*. Dit type discoursanalyse wordt ook wel 'discoursanalyse volgens het *discursieve perspectief*' genoemd. Het *discours* dat onderdeel is van analyse betreft het specifieke 'gesprek' waarin we geïnteresseerd zijn. Dit wordt hier in de breedste zin van het woord opgevat: het gaat om alle gebruik van taal in een bepaalde situatie of context en omvat alle vormen van gesproken en geschreven tekst.

TAAL ALS SOCIAAL GEDRAG

Het opbouwen van geloofwaardigheid gebeurt concreet in ons taalgebruik. Hiertoe maken we in onze formuleringen continu (onbewust) keuzes, of we nu spreken of schrijven. Dit betekent dat er bij een discoursanalyse op een bijzondere manier naar taal wordt gekeken: taal wordt in feite gezien als *sociaal gedrag*. Het is niet slechts een middel om de werkelijkheid om ons heen te beschrijven, maar wordt gebruikt om sociale handelingen mee te verrichten en *creëert* nieuwe werkelijkheden (Wetherell & Potter, 1992; Edwards & Potter, 2001; Te Molder, 2009). Denk bijvoorbeeld alleen al aan de 'rollen' of 'identiteiten' die we onszelf en de ander in het gesprek met elkaar, vaak impliciet, toebedelen. We trachten

bij deze benadering niet als een psycholoog of psychiater te achterhalen *waarom* iemand zich op een bepaalde manier gedraagt of bepaalde dingen zegt. We kijken niet naar innerlijke drijfveren, maar naar *hoe* mensen iets zeggen en wat ze daarmee in het gesprek met elkaar bereiken. Het idee erachter is dat mensen heel wat meer zijn dan een vaatje vol veronderstellingen. Het gaat erom dat mensen handelen, dat is het uitgangspunt. We kijken naar hoe mensen al pratend *doende* zijn om zichzelf op een bepaalde manier te presenteren en anderen te overtuigen.

Deze visie op taal verschilt van de manier waarop we taal traditioneel gezien vaak bekijken en ook vanuit ons vakgebied benaderen. Immers, wanneer we als professional beter willen begrijpen wat onze communicatiedoelgroep beweegt of hoe zij zaken zien, onderzoeken we dat logischerwijs vaak door hen dit direct te vragen, bijvoorbeeld in een interviewsetting. Op basis van hun *beschrijving van* de werkelijkheid trekken we vervolgens conclusies. Maar taal doet volgens het discursieve perspectief zoals gezegd veel meer dan alleen een boodschap of een mening overbrengen. De vorm waarin iemand een uiting doet is niet neutraal, maar draagt een bepaalde strategie in zich om de ander te overtuigen van een bepaalde werkelijkheid. Ook in het gesprek zelf krijgen bepaalde werkelijkheden gestalte, die mogelijk niet expliciet worden benoemd en daarom moeilijk te ‘vangen’ zijn met een interviewvraag, maar wel van grote betekenis kunnen zijn. Een discoursanalyse brengt de strategieën die worden ingezet en de doelen die deze dienen (het creëren van een bepaalde werkelijkheid) in kaart.

HET NUT VAN DISCOURSANALYSE

Wat is nu precies het doel van een discoursanalyse? Wat is bijvoorbeeld het nut van het in kaart brengen van de manier waarop mensen een bepaalde identiteit opbouwen? In onze gesprekken zetten we, bewust of onbewust, allerlei strategieën in om onze uitingen kracht bij te zetten. We benadrukken bijvoorbeeld hoe avontuurlijk we zijn door nog eens de herinnering aan die ene bungeesprong op te halen. Of we onderstrepen onze rol ‘als moeder van twee puberende dochters’ wanneer we onze zorgen uiten over het veranderende schoonheidsideaal. Deze noodzaak om in gesprekken een bepaalde identiteit op te bouwen duidt op een

probleem: blijkbaar heerst het gevaar dat wij niet geloofd worden als wij spreken, dat we van iets beschuldigd kunnen worden (bijvoorbeeld vooringenomenheid) of dat we naar aanleiding van onze uitspraken ter verantwoording worden geroepen (Potter, 1996).

Zo'n (impliciet) probleem noemen we ook wel een *gespreksprobleem*. Een discoursanalyse geeft inzicht in gespreksproblemen en in de manier waarop mensen die, al dan niet bewust, door middel van zogenoemde *gesprekstrategieën* oplossen of voorkomen, bijvoorbeeld door in bepaalde situaties hun professionele rol te benadrukken en persoonlijke belangen te downgraden. In hoeverre ze daarin succesvol zijn, is vaak af te zien aan de reacties van hun gesprekspartners. Die krijgen dan ook veel aandacht bij de analyse. Inzichten in gespreksproblemen en gesprekstrategieën kunnen zeer waardevol zijn voor de communicatieprofessional. Immers, door te bekijken hoe mensen in hun gesprekken bepaalde valkuilen weten te omzeilen, wordt zichtbaar welke gevoeligheden en twijfels er leven. Dit biedt de mogelijkheid om met de gespreksproblemen van mensen rekening te houden. De professional leert letterlijk 'de taal te spreken' van zijn omgeving.

ZICHT OP ZAKEN DIE GEVOELIG LIGGEN

Door nauwkeurig te kijken naar de manier waarop mensen in hun gesprekken zelf bepaalde valkuilen of potentiële 'beschuldigingen' weten te omzeilen, wordt duidelijk welke gevoeligheden er leven. Inzicht hierin kan zeer waardevolle aandachtspunten opleveren voor de communicatiestrategie. Een discoursanalyse van gesprekken van consumenten over voedseltechnologie liet bijvoorbeeld zien dat deze consumenten de suggestie dat zij bepaalde voedingsmiddelen zouden kopen vanwege de claims over gezondheid op de verpakking teniet deden. Ze benadrukten bijvoorbeeld dat ze light-producten kochten omdat ze die gewoonweg *lekkerder* vonden en niet omdat (ze geloofden dat) deze producten hen zouden helpen af te vallen (Stinesen, 2012). De deelnemers leverden dus 'interactionele inspanning' om de keuze voor light-producten te rechtvaardigen en zichzelf tegelijkertijd ongevoelig te tonen voor marketingstrategieën. Dit laat zien dat de identiteit van 'kritische consument' kennelijk kwetsbaar is. In de interactie wordt het nodige werk verzet om dit probleem te ondervangen. Wanneer je met mensen wilt communiceren over voeding, kan dit iets zijn om rekening mee te houden, bijvoorbeeld door het kiezen van een communicatiestrategie waarin de eigen keuzevrijheid van de consument (die op *eigen gronden* bepaalde producten uitkiest) voldoende ruimte en aandacht krijgt.

DISCOURSANALYSE BIEDT METHODE EN PERSPECTIEF VOOR DE COMMUNICATIEPROFESSIONAL

Discoursanalyse is gebaseerd op een brede visie op gesprekken en identiteitsvorming. Bekende communicatieconcepten zoals houdingen en identiteiten worden volgens deze visie in de gesprekken met anderen gecreëerd. Meningen worden bijvoorbeeld al pratend met anderen 'uitgeprobeerd' en zo nodig aangepast. Mensen doen dus dingen met taal (Edwards & Potter, 2001).

Een volledige discoursanalyse is relatief tijdsintensief en vraagt om expertise en ervaring. Maar de manier van kijken naar taal die bij deze onderzoeksmethode wordt toegepast, is voor de communicatieprofessional veel breder inzetbaar: het waarnemen van gespreksproblemen

(en de strategieën die mensen inzetten om met die problemen om te gaan) kan worden aangeleerd en biedt een ander *perspectief* op de gesprekken met en tussen mensen. Met andere woorden, discoursanalyse daagt je uit om eens door een heel andere bril naar communicatie te kijken.

De kracht van deze discoursanalytische bril is dat niet de *inhoud* van een uitspraak wordt beoordeeld, maar dat wordt gekeken naar het *effect* van de gekozen vorm. Immers, er worden geen uitspraken gedaan over wat er 'in de hoofden van mensen omgaat' op het moment dat ze bepaalde uitspraken doen, maar er wordt geanalyseerd wat de spreker bereikt met zijn woorden (Edwards, 1997; Potter, 1996). Vanuit dit perspectief kan de communicatieprofessional kijken naar wat de spreker doet, op welke wijze hij communiceert en welk effect hij daarmee bereikt bij andere gespreksdeelnemers. Dit vereist een observerende houding.

Met de DaB gaat de aandacht uit naar wat er *gebeurt* in een gesprek: hoe beïnvloedt de ene bijdrage aan het gesprek de volgende? Het voordeel van deze manier van kijken naar gesprekken is dat je tot een ander soort, minder beoordelende of veroordelende uitspraken kunt komen over gesprekken. Opmerkingen als 'de spreker houdt er racistische overtuigingen op na' of 'zij vindt dit niet echt' kunnen natuurlijk best kloppen, maar staan vaak in de weg om verder te kijken en te zien wat de spreker nu precies *bereikt* met wat hij vertelt. Vaak vormen uitspraken over de echtheid van intenties en over de waarheid van het gesprokene de opstap naar een normatief oordeel (Sneijder et al., 2007). En dit kan nooit de bedoeling zijn van communicatie, een woord dat immers is afgeleid van *communicare* (Van Woerkum, 2003): gemeenschappelijk maken. Het kijken naar gesprekken met de DaB – een beschrijvende bril – maakt je gevoeliger voor de keuzes die anderen bewust en onbewust maken als ze spreken en schrijven en van de effecten daarvan op het verloop van de communicatie. Deze gevoeligheid is zeer waardevol voor de reflectieve communicatieprofessional die oog heeft voor wat er speelt in de omgeving en daar adequaat op wil inspelen.

EEN ANDERE MANIER VAN KIJKEN

De DaB biedt een perspectief op gesprekken waarbij de aandacht verschuift van inhoud naar vorm en effect. Om de meerwaarde hiervan voor de communicatieprofessional te verhelderen, bekijken we een tekstfragment uit een internetforum voor mensen met depressieve klachten. Dit doen we eerst met een 'oordelende' en vervolgens met een 'beschrijvende' discoursanalytische bril. Het voorbeeld is ontleend aan Sneijder et al. (2007).

'Depressie' (Lamerichs 2003 in Sneijder et al., 2007)

1 Ik schaam me toch een beetje, dat ik me gisteren zo aanstelde.
2 Het kan zijn dat alle verliezen die ik heb geleden me in een keer overvielen.
3 Vreemd hoe emoties werken: een verrassingsaanval plegen wanneer je het
4 het minst verwacht, en je bijna overrompelen.

Met een oordelende bril op zou je je bij dit fragment kunnen afvragen of dat wat hier verteld wordt wel in overeenstemming is met de werkelijkheid (vertelt ze de waarheid?). Je kunt je afvragen of de schrijfster haar echte gevoelens of indrukken hier weergeeft, of dat ze overdrijft of liegt. Met de DaB gaat de aandacht echter uit naar de vorm waarin de gebeurtenis door de schrijfster wordt voorgesteld en kijken we wat hiervan het effect is. We zien dan dat ze in regel 1 zelf een mogelijke beschuldiging van aanstellerij expliciet maakt en zegt zich hier een beetje voor te schamen. Vervolgens beschrijft ze ook hoe ze overvallen en overrompeld werd door haar emoties: ze was haar emoties niet de baas. Daarbij schrijft ze de verantwoordelijkheid voor een eerdere emotionele uitbarsting op het forum toe aan 'zelfhandelende' emoties. Aanwijzingen hiervoor zijn te vinden in regel 3 ('overvielen' en 'een verrassingsaanval plegen') en regel 4 ('overrompelen'). Het effect daarvan is dat een eventuele vraag of beschuldiging dat de schrijfster *zelf* iets kwalijk te nemen zou zijn, wordt ondermijnd.

Van belang hier is dus dat het niet gaat om de ware bedoelingen van de schrijfster achter deze post of in bredere zin van mensen achter het gesprek, noch over de relatie met de werkelijkheid, maar om het *effect* dat al dan niet bewust wordt opgeroepen door de manier van beschrijven.

POSITIONERING VAN DISCOURSANALYSE ALS INSTRUMENT

Discoursanalyse is een kwalitatieve onderzoeksmethode die zeer breed kan worden ingezet. Discoursanalytisch onderzoek kan zich richten op gesprekken in diverse *domeinen*. Een gesprek wordt gedefinieerd als een natuurlijke reeks uitingen die in reactie op elkaar worden gedaan. Dit betekent dat er bijvoorbeeld kan worden gekeken naar gesprekken door bepaalde publieksgroepen (burgers of professionals). Maar ook de berichtgeving in de media over een bepaald onderwerp kan worden beschouwd als een gesprek en kan dus interessant zijn om onder de loep te nemen.

Discoursanalyse onderscheidt zich van veel andere onderzoeksmethoden doordat de *natuurlijkheid* van de data (gesprekken, berichten of posts) een belangrijk uitgangspunt is (Te Molder, 2009; Potter, 2012). Met andere woorden: er worden bij voorkeur gesprekken onderzocht die ook zouden worden gevoerd als ze niet werden geanalyseerd. Gesprekken kunnen eventueel ook worden georganiseerd, net als voor andere typen onderzoek gebeurt. In dat geval geeft de onderzoeker echter zo min mogelijk sturing.

Omdat de aandacht bij discoursanalyse uitgaat naar bestaande gesprekken, zijn ontwikkelingen op het gebied van open data koren op de molen. De online omgeving biedt een enorme bron van natuurlijk gespreksmateriaal. Tot nu toe beperkt onderzoek naar online gesprekken zich veelal tot kwantitatieve analyses (bijvoorbeeld: hoe vaak worden bepaalde trefwoorden gebruikt). Discoursanalyse biedt echter de mogelijkheid om ook het *verloop* van gesprekken in de online omgeving beter te gaan begrijpen.

BETER BEGRIP VAN ONLINE DYNAMIEK MET DISCOURSANALYSE

PRAKTIJKVOORBEELD

Alert zijn op wat er in de omgeving speelt vormt een belangrijk aspect van het communicatievak. Een veelgenoemde methodiek in dit verband is 'monitoring', veelal in de vorm van webcare. Dit impliceert dat informatie uit de omgeving permanent moet worden opgemerkt. Online interacties, bijvoorbeeld op sociale media en online nieuwsmedia, vormen in dit opzicht een enorme bron van open data. Zo deden bureau EMMA en de Hanze Hogeschool Groningen onderzoek naar het debat dat de afgelopen jaren online werd gevoerd over een aantal ICT-projecten van de overheid. Om dit debat in kaart te brengen en beter te kunnen begrijpen, werden verschillende methodieken gecombineerd. Kwantitatieve methoden werden ingezet om relevante interacties te verzamelen en tot een overzicht te komen van de belangrijkste ontwikkelingen en argumenten in het debat. Vervolgens werd op een selectie van het materiaal een discoursanalyse uitgevoerd om te bepalen hoe de deelnemers deze argumenten inzetten en welk effect daarmee (bewust of onbewust) bereikt werd.

Communicatieonderzoek kan worden ingezet tijdens verschillende stappen of fasen van het beleidsproces. Bijvoorbeeld bij de agendering van een probleem, bij de probleemverkenning, bij het formuleren van oplossingen, en bij de uitvoering, handhaving en evaluatie daarvan (Dienst Publiek en Communicatie, 2013). Qua *beleidsfase* bevindt discoursanalyse zich op het snijvlak van (probleem)verkenning en het formuleren van (communicatie)oplossingen. Een discoursanalyse is exploratief: vanuit een zeer open benadering wordt onderzocht wat er in gesprekken in de omgeving gebeurt. De analyse zal niet alleen antwoord geven op bestaande vragen, maar ook onverwachte inzichten opleveren en nieuwe vragen oproepen. De inzichten kunnen vervolgens leiden tot strategische en concrete voorwaarden voor de verder te voeren communicatie.

IN HET KORT

Uitgangspunten:

- Met de *DaB* bekijken we taal als *sociaal gedrag*: we *doen* dingen met taal.
- Als we spreken hebben we (vaak onbewust) een *doel*, namelijk: de ontvanger overtuigen van de vanzelfsprekendheid van een bepaalde werkelijkheid.
- Om dit doel te bereiken moeten we *geloofwaardig* zijn.
- Omdat geloofwaardigheid niet vanzelfsprekend is, hebben we bij het spreken per definitie een *gespreksprobleem*. Aan dit probleem proberen we al pratende tegemoet te komen door (bewust of onbewust) bepaalde *gesprekssstrategieën* toe te passen.
- Een discoursanalyse brengt al het bovenstaande in kaart: de werkelijkheid waarvan we de vanzelfsprekendheid willen laten blijken, het gespreksprobleem en de manier waarop geloofwaardigheid wordt gecreëerd. Het doel hiervan is erachter te komen hoe mensen zaken verwoorden in een sociale context. Wat zeggen we wel of niet? Hoe zeggen we het? Inzicht hierin laat bepaalde *voorwaarden voor verdere communicatie* zien.

Positionering:

- Discoursanalyse is in de eerste plaats een onderzoeksmethode, maar het discoursanalytische *perspectief* op gesprekken kan worden aangeleerd en altijd worden gebruikt. De DaB helpt communicatieprofessionals gespreksproblemen en de manier waarop sprekers hier mee omgaan waar te nemen.
- Discoursanalyse kan gezien worden als een explorerende onderzoeksmethode die zich niet beperkt tot gesprekken in de engste zin van het woord. Alle *natuurlijke interacties*, offline en online, zijn in principe geschikt voor analyse.

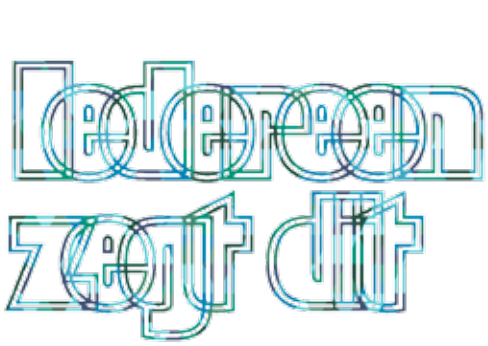
Voorwaarden:

- Discoursanalyse maakt gebruik van de natuurlijkheid van data. Dit betekent dat de data die voor een discoursanalyse worden gebruikt ook zouden bestaan als ze het onderzoek niet zouden dienen.
- Een volledige discoursanalyse vergt expertise en ervaring en is relatief tijdsintensief. Daarom is een beperking van de te onderzoeken data onvermijdelijk.

HOE GAAN WE TE WERK?

Discoursanalyse is een relatief nieuwe methode. In dit hoofdstuk bieden we een handvat voor deze methodiek. Het dient in de eerste plaats ter *kennismaking* met discoursanalyse als onderzoeksmethode en met de daarbij behorende discoursanalytische bril, kortweg DaB. Het goed uitvoeren van een discourseanalyse vereist kennis en expertise en is dus gebaat bij oefening. In dit hoofdstuk proberen we je inzicht te geven in het proces dat bij een volledige discoursanalyse wordt doorlopen. Ook hopen we je een goed beeld te geven van de meerwaarde van de DaB voor de communicatieprofessional.

Aan de hand van vijf centrale vragen doorlopen we verschillende stappen en keuzes die onderdeel vormen van het onderzoeksproces. Voor we hiermee van start gaan, bespreken we een aantal belangrijke begrippen en uitgangspunten. We sluiten het hoofdstuk af met een schematisch overzicht van de te doorlopen stappen.



BEGRIPPEN EN UITGANGSPUNTEN

Het discursieve perspectief

Er zijn veel verschillende soorten discoursanalyse. In deze handreiking gaat het om discoursanalyse volgens het *discursieve perspectief*. Dit betekent dat de aandacht uitgaat naar dat wat mensen *doen* met taal. De analyse maakt gespreksproblemen en de manier waarop mensen hier in de interactie mee omgaan zichtbaar.

Het gesprek

In deze handreiking wordt met regelmaat gesproken over 'het gesprek'. Deze term wekt de indruk dat het bij een discoursanalyse altijd gaat om een daadwerkelijk gesprek waarin deelnemers fysiek of online bij elkaar zijn en direct met elkaar interacteren. Het begrip gesprek wordt hier echter breder opgevat. Het gesprek zou omschreven kunnen worden als een natuurlijke reeks uitingen die in reactie op elkaar worden gedaan. Dit betekent dat ook berichten in de media over een onderwerp gedurende een bepaalde periode kunnen worden gezien als een gesprek, waarbij media op elkaar of op de organisatie reageren.

Deelnemers

Dat we het bij 'een gesprek' over meer hebben dan een burgerforum of online forum, betekent ook dat we het bij 'deelnemers' over meer hebben dan een respondent of medewerker. Een deelnemer kan ook een dagblad zijn, een organisatie als geheel of een andere stakeholder. Ook jijzelf als communicatieprofessional of de opdrachtgever kan deelnemer zijn in het gesprek (zie verder II: Aanpak).

I: VRAAGSTUK

LEENT DE DAB ZICH VOOR DIT VRAAGSTUK?

Allereerst is er de vraag wanneer er sprake is van een situatie waarin een discoursanalye uitgevoerd kan worden en of dit de geschiktste methode is voor het specifieke vraagstuk waar je als communicatieprofessional voor staat. De geschiktheid van de discoursanalyse is in beginsel afhankelijk van twee zaken: het thema en het gespreksmateriaal. De eerste stap in het proces is dan ook het bepalen van de geschiktheid van het gespreksthema en het beschikbare materiaal.

Is het thema geschikt?

Niet alle onderwerpen en thema's zijn geschikt voor een discoursanalyse. Om te bepalen of een onderwerp zich leent voor een discoursanalyse bekijk je of het onderwerp aan de volgende voorwaarden voldoet:

Voorwaarde 1: Het gaat om een onderwerp met voldoende praatpotentie

Een discoursanalyse geeft inzicht in hoe mensen zelf in hun conversaties met bepaalde zaken omgaan en kan dus zeer nuttig zijn wanneer je tot doel hebt beter aan te sluiten bij de belevingswereld en de gesprekken van mensen. De DaB helpt je inzichtelijk te maken hoe mensen in gesprekken bepaalde strategieën toepassen om geloofwaardigheid te creëren. Zo kom je erachter of er rond bepaalde thema's twijfels of (gespreks)problemen leven. Dit betekent vanzelfsprekend dat er voor de deelnemers aan het gesprek een aanleiding moet zijn (veelal onbewust) om geloofwaardigheid te creëren. Met andere woorden: niet iedereen is het per definitie over het onderwerp met elkaar eens. Het communicatievraagstuk moet dus bij voorkeur gaan over een onderwerp dat veel gespreksstof oplevert ofwel 'praatpotentie' heeft. Juist voor kwesties die aanleiding geven tot controverse – denk aan de discussie over Zwarte Piet – is discoursanalyse een interessante methode.

Voorwaarde 2: Het onderwerp is persoonlijk relevant voor de gespreksdeelnemers

Het is voor een discoursanalyse van belang dat de gespreksdeelnemers het onderwerp of thema als relevant beschouwen. Alleen dan is het voor hen zinnig om een standpunt in te nemen en is er de urgentie om geloofwaardigheid te creëren. De methode is dus alleen geschikt als de gespreksdeelnemers aan het onderwerp enige persoonlijke relevantie toedichten. Wanneer een gemeente bijvoorbeeld geïnteresseerd is in de gesprekken van burgers over een eventuele vergunning voor een nieuwe coffeeshop, zullen gesprekken tussen inwoners die hierdoor direct zullen worden geraakt, zoals mensen die er dicht in de buurt wonen of puberende kinderen hebben, de rijkste inzichten opleveren.

Is het gespreksmateriaal geschikt?

Discoursanalyse is daarnaast sterk afhankelijk van de eigenschappen van het onderzoeksmateriaal. Het is daarom belangrijk om te letten op de volgende eigenschappen van het gespreksmateriaal.

Eigenschap 1: Natuurlijkheid

Bij discoursanalyse is het van groot belang dat het gaat om *natuurlijke* gesprekken (Te Molder, 2009; Potter, 2012). Die zouden bij voorkeur ook zijn gevoerd wanneer er geen analyse werd uitgevoerd. Idealiter worden dus gesprekken die al gevoerd worden in kaart gebracht en geanalyseerd. Het kan gaan om gesprekken die zowel offline als online, bijvoorbeeld op sociale media, gevoerd worden. In de praktijk blijkt er niet altijd voor elk vraagstuk voldoende natuurlijk gespreksmateriaal beschikbaar te zijn. Er kan dan voor worden gekozen het gesprek aan te wakkeren, bijvoorbeeld door middel van burgerfora, luisterrondes of debatten.

Eigenschap 2: Materiaaltype

Gespreksmateriaal kan in verschillende vormen voorkomen. Zoals in de tabel op pagina 25 te zien is, heeft iedere vorm voor- en nadelen, die meewegen bij de uiteindelijke keuze.

II: AANPAK

WAT IS DE BESTE ONDERZOEKSAANPAK?

In stap I werd duidelijk of de DaB geschikt is om het probleem of vraagstuk waar je als communicatieprofessional voor staat mee te benaderen. Als je tot de conclusie bent gekomen dat dit het geval is, bieden stap II, III en IV houvast bij het maken van keuzes voor de inhoud en het verloop van de analyse. Onder 'aanpak' bepaal je hoe het vraagstuk zal worden benaderd. Hierbij maak je keuzes over het type analyse en de diepgang van je analyse.

Maken we een analyse van of met de omgeving of interne organisatie?

Een discoursanalyse waarbij het discursieve perspectief leidend is, kan in de praktijk op twee manieren worden ingezet.

Analyse-type 1: Een analyse van de omgeving of interne organisatie

Bij een analyse *van* de omgeving staan gesprekken die worden gevoerd in de omgeving centraal. Bestaande gesprekken (bijvoorbeeld op online fora) worden in kaart gebracht of de discussie wordt aangewakkerd (bijvoorbeeld in het kader van een burgerforum, zie ook I: Vraagstuk). Deze gesprekken worden geanalyseerd door de professional.

Dit analyse-type kan ook worden uitgevoerd ten behoeve van de interne communicatie van de organisatie. In dat geval wordt de communicatie die van nature plaatsvindt in de organisatie C. Het kan dan gaan om vergaderingen, werkbesprekingen en e-mails, maar ook om georganiseerde bronnen zoals luisterronden.

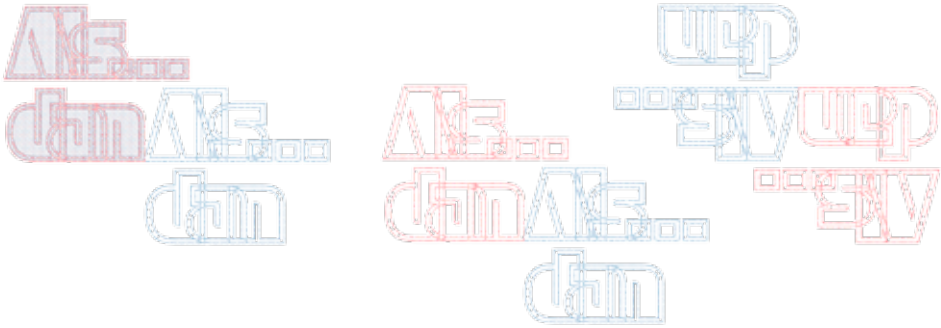
OVER NATUUR GESPROKEN: EEN ANALYSE VAN EEN DEBAT

PRAKTIJKVOORBEELD

Over natuur gesproken (Aarts & Te Molder, 1998) biedt een voorbeeld van een analyse *van* de omgeving. In dit discoursanalytisch onderzoek in opdracht van het Rhatenau Instituut werd een debat over de ontwikkeling van natuur in Nederland geanalyseerd. Aan het debat, dat werd georganiseerd door het Platform Wetenschap en Ethiek (ontwikkeld door het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap), deden 30 panelleden mee, waaronder leken, deskundigen en betrokkenen. Het onderzoek bracht in kaart welke typen argumenten deze deelnemers gedurende het debat inzetten en of (en zo ja, hoe) zij naar hun achtergrond verwezen om hun geloofwaardigheid te vergroten.

Analyse-type 2: Een analyse met de omgeving en/of interne organisatie

Een discoursanalyse kan ook op een meer interactieve manier worden ingezet. De analyse vindt dan grotendeels samen *met* de gespreksdeelnemers plaats. Deelnemers van het gesprek dat wordt gevoerd in de omgeving, binnen de organisatie of *tussen* organisatie en omgeving, gaan met elkaar om de tafel. Met hulp van de professional wordt de communicatie geanalyseerd. Bij een analyse *met* de omgeving en/of de interne organisatie gaat het dus om 'een gesprek over het gesprek'. Hierbij heeft de professional een faciliterende rol. Dit type analyse vergt iets meer van de opdrachtgever, omdat deze zelf actief deelneemt. Het levert echter ook veel op: de verschillende gesprekspartners worden zich meer bewust van het eigen communiceren, wat de mogelijkheid tot reflectie biedt, en er ontstaat meer begrip voor de ander.



Voor- en nadelen van verschillende materiaaltypen, op basis van Sneijder et al. (2007).

Materiaaltype	Voordelen	Nadelen
Geluidsopnames van gesprekken	Directe reacties toehoorders	Soms slecht verstaanbaar
Beeldopnames van gesprekken	Vergroot inzicht in effecten	Transcriptie is arbeidsintensief
Internet-discussie-forum, chat en sociale media (bijv. Facebook, Twitter)	Naast directe reacties van toehoorders ook informatie over non-verbaal gedrag	Herkenbaarheid van sprekers kan leiden tot normatief oordeel over interactie
Krantenberichten	Gemakkelijk beschikbaar	Soms weinig tot geen respons op een bericht
	Grote bron aan gegevens	Weinig feedback van lezers
	Gemakkelijk beschikbaar	

LIFE 21: JONGEREN ANALYSEREN HUN EIGEN GESPREK

Een analyse *met* de omgeving werd bijvoorbeeld gedaan tijdens het project *LIFE 21* van de GGD Eindhoven en de sectie Communicatiewetenschap van Wageningen Universiteit. Dit project had tot doel jongeren van 12 tot 18 jaar door middel van actieve participatie te betrekken bij de invulling van hun eigen gezonde leefstijl. De jongeren namen de effecten van hun eigen onderlinge communicatie onder de loep. Naar aanleiding van het project werd de Discursieve Actie Methode (DAM) ontwikkeld (Sneijder et al., 2007). Deze methode helpt gespreksdeelnemers hun eigen gespreksmateriaal te analyseren volgens het discursieve perpectief.

PRAKTIJKVOORBEELD

Hoe diepgaand gaan we analyseren?

Een discoursanalyse is per definitie een analyse die relatief diep inzoomt op gespreksmateriaal. Toch geeft de methode nog ruimte om een aantal keuzes te maken met het oog op de diepgang: wil je inzicht in specifieke interactionele problemen en gespreksstrategieën van deelnemers of wil je bepaalde patronen ('repertoires') in een gesprek in kaart brengen? Of beide? Waar je de nadruk op legt hangt ook samen met de gekozen aanpak (zie II). Een analyse *van* de omgeving vraagt meestal om het benoemen van patronen op gespreksniveau. Daarbij helpt het om te zoeken naar individuele uitingen die deze zogenoemde repertoires illustreren en die inzicht kunnen geven in het effect ervan – met andere woorden: welke sociale werkelijkheden worden door middel van deze repertoires gecreëerd? Een analyse *met* de omgeving heeft vaak baat bij een diepgaande analyse op uitingsniveau, waarbij gespreksproblemen en strategieën zichtbaar worden gemaakt. Dit helpt deelnemers inzien wat de effecten zijn van hun eigen communicatie, iets waar men zich vaak maar amper bewust van is. Hieronder bespreken we de begrippen die de kapstok vormen voor de resultaten van een discoursanalyse.

Gespreksprobleem en gespreksstrategie

Uitgangspunt bij het *gespreksprobleem* is dat iedereen die spreekt een bepaald gespreksdoel heeft of probeert een gespreksprobleem (op voorhand) op te lossen. Het gaat om een interactionele worsteling, waarvoor in het gesprek een uitweg moet worden gezocht. Er staat voor de spreker bijvoorbeeld iets op het spel, bijvoorbeeld zijn 'onschuld', 'oprechtheid' of 'objectiviteit', of hij kan van iets worden beschuldigd, bijvoorbeeld 'vooroordelen', 'lafheid', 'jaloezie' of 'opschepperij' (Potter, 1996). Het gespreksprobleem van de spreker kan dus volkomen los staan van het probleem dat onderdeel is van gesprek. Het probleem of thema dat in het gesprek expliciet aan de orde komt kan bijvoorbeeld zijn 'stoppen met roken', terwijl een gespreksprobleem kan zijn 'hoe voorkom ik als roker dat ik overkom als iemand met een gebrek aan wilskracht of disicipline?'.

Het gespreksprobleem wordt zelden door de sprekers expliciet gemaakt, maar kan worden herleid uit de manier waarop de spreker het probleem probeert op te lossen (Potter, 1996). We spreken hier ook wel van

gespreksstrategieën, ook *discursieve strategieën* genoemd. Deze krijgen concreet vorm in de formuleringen die mensen gebruiken voor een uiting. Wanneer bijvoorbeeld de objectiviteit van een bepaalde stellingname ter discussie staat, zal een spreker zich wellicht beroepen op wetenschappelijke kennis of de opvatting als feitelijk verwoorden ('het is…' in plaats van 'ik vind…'). Gespreksstrategieën worden zelden bewust door sprekers ingezet.

OVERZICHT VAN VEELVOORKOMENDE GESPREKSSTRATEGIEËN

- **Bekennen van belang**
  Het vooraf bekennen van het eigen belang ontneemt de ander de kans om je op dat belang aan te spreken. Bijvoorbeeld: '*Eigenlijk mag ik helemaal niet klagen*, maar…'
- **Injecteren van tegenvisie**
  Door de tegengestelde visie te benoemen kan de ander die tegenwerping niet meer gebruiken. Bijvoorbeeld: '*Ik vind het zeker belangrijk dat dit probleem zo snel mogelijk wordt opgelost,* maar op dit moment hebben we daar de middelen niet voor.'
- **Gebruiken van identiteiten**
  Afhankelijk van de situatie kan de spreker door zichzelf op een bepaalde manier te presenteren (bijvoorbeeld als ervaringsdeskundige of vakgeleerde) geloofwaardiger overkomen. Bijvoorbeeld: '*Als politieman* word ik geregeld geconfronteerd met de toename van agressie op straat.'
- **Extreme case-formuleringen**
  Woorden als 'nooit', 'altijd' en 'helemaal' kunnen worden ingezet om de vanzelfsprekendheid van een bepaalde gang van zaken te benadrukken. Bijvoorbeeld: 'Ik heb hem er al *talloze* keren op aangesproken, maar *altijd* heeft hij wel weer een excuus.'
- **Script-formuleringen**
  Bepaald gedrag of een gebeurtenis wordt neergezet als normaal of juist uitzonderlijk (voor die specifieke persoon of situatie). Bijvoorbeeld: 'Ik was niet verbaasd dat hij belde. *Wij houden elkaar namelijk steeds op de hoogte van de laatste ontwikkelingen.*'

> Generaliserend taalgebruik

Een eigenschap of beoordeling horend bij een persoon of voorwerp wordt op de gehele groep geprojecteerd om de uitspraak kracht bij te zetten. Bijvoorbeeld: *De aanwezigen* waren vol lof over de presentatie van Gert.'

> Externaliserende procedures

Beschrijvingen die voor zichzelf lijken te spreken, worden ingezet waardoor de aandacht van het belang wordt afgeleid. Bijvoorbeeld: '*Verschillende onderzoeken laten zien…*'.

> Footing

De mate waarin de spreker verantwoordelijkheid neemt voor zijn claim. Bijvoorbeeld: '*Ik* vind het ongelofelijk dat…' versus '*Diverse maatschappelijke organisaties* uitten hun ongeloof over…'

> Feitelijkheid

Feiten of objectieve bewoordingen worden aangehaald om vanzelfsprekendheid te suggeren. Bijvoorbeeld: '*Het is* een schande dat…' in plaats van '*Ik vind* het een schande dat…'

> Als-dan-formuleringen

Als-dan-formuleringen kunnen logica suggereren. Bijvoorbeeld: '*Als* je de kranten een beetje gevolgd hebt, *dan* zul je het met me eens zijn dat…'

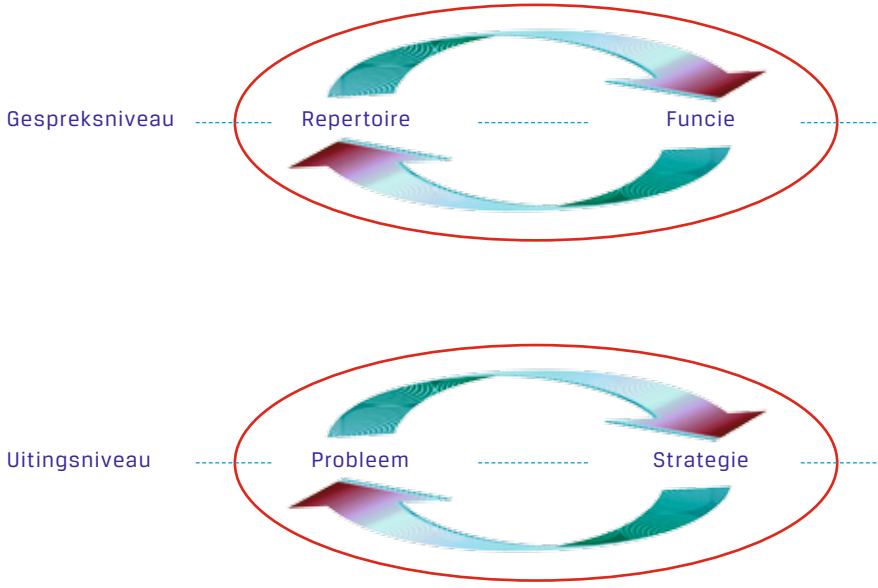
> Concept

Zaken worden als opzichzelfstaand gegeven benoemd om een bepaalde vanzelfsprekendheid te laten doorklinken. Bijvoorbeeld: '*de werkvloer*' en '*de cultuur*'.

Repertoire en functie

Wanneer mensen spreken, blijkt uit de manier waarop ze zich uitdrukken een bepaalde belevingswereld of houding ten opzichte van een bepaald onderwerp. Tijdens de analyse wordt het gespreksmateriaal grondig en herhaaldelijk bestudeerd (zie hiervoor de analyse-uitgangspunten onder III: Analyse). Een *repertoire* is een patroon dat door analyse in een gesprek te vinden is wanneer deelnemers aan het gesprek met regelmaat putten uit een bepaald type argument (Aarts & Te Molder, 1998). Wanneer je bijvoorbeeld gesprekken tussen mensen over voedseltechnologie bestudeert, zou het je kunnen opvallen dat ze het regelmatig over de natuurlijkheid van voedsel hebben.

Wanneer je zo'n patroon waarneemt, is van belang vervolgens ook de *functie* te benoemen. Met andere woorden: waarom wordt er steeds uit dit type argument geput? Welk doel dient het repertoire? Het putten uit een bepaald type argument door de deelnemers heeft (net als het inzetten van een gesprekstrategie) namelijk een bepaald effect. Zo zou het onderwerp natuurlijkheid in gesprekken tussen voedseltechnologen en consumenten bijvoorbeeld de 'grenzen' kunnen afbakenen tussen het domein van de technoloog en dat van de consument (Swierstra & Te Molder, 2012). Dergelijke functies of doelen die (bewust of onbewust) worden nagestreefd, stellen bepaalde voorwaarden aan je uiteindelijke communicatiestrategie.



Repertoires en hun functies zijn terug te zien op gespreksniveau: een analyse van het volledige gesprek laat bepaalde patronen zien. Het gespreksprobleem en de gesprekstrategie liggen op uitingsniveau: ze zijn te herkennen in individuele uitspraken (uitingen) van deelnemers. Op beide niveaus is sprake van een cyclus: het benoemen van het één geeft inzicht in het ander.

III: ANALYSE

WELKE ANALYSE-UITGANGSPUNTEN HANTEREN WE?

Tijdens de analyse ga je op zoek naar sociale werkelijkheden – zoals houdingen, identiteiten of de vanzelfsprekendheid van bepaalde opvattingen – die in de interactie worden gecreëerd. Veelal zijn dergelijke sociale werkelijkheden alleen *impliciet* aanwezig. Bij een discoursanalyse is de wijze van analyseren en de onderbouwing hiervan dan ook van grote invloed op (de betrouwbaarheid van) het resultaat. Analyse van het gespreksmateriaal vindt daarom plaats aan de hand van een aantal belangrijke analyse-uitgangspunten.

Uitgangspunt 1: Bekijk hoe anderen op een uiting reageren

Tijdens de analyse kijk je naar het *effect* van de gebruikte gesprekstrategie op de ontvangers (Te Molder, 2009): hoe pakken zij de uiting op (bijvoorbeeld als een feit of slechts een mening)? Deze betekenisverlening door de ontvanger geeft inzicht in het doel van de gekozen formulering, met andere woorden: welk gespreksprobleem ermee wordt opgelost. Niet de interpretatie van de analist, maar de betekenis die de ontvanger verleent aan de uiting van de spreker wordt dus als uitgangspunt genomen. Hier wordt ook wel gesproken van beurten: de reacties op een voorgaande beurt door een spreker bepalen de betekenis van die beurt. Met andere woorden: *wat is het effect van deze formulering op de ontvanger(s)?*

Voorbeeld bij analyse-uitgangspunt 1:
Juul: 'Ik zie dat de afwas er nog staat.'
Anna: 'Ja, sorry hoor! Ik ben de hele middag bezig geweest met achterstallige administratie.'

Blijkbaar wordt de opmerking van Juul door Anna opgepikt als een beschuldiging.

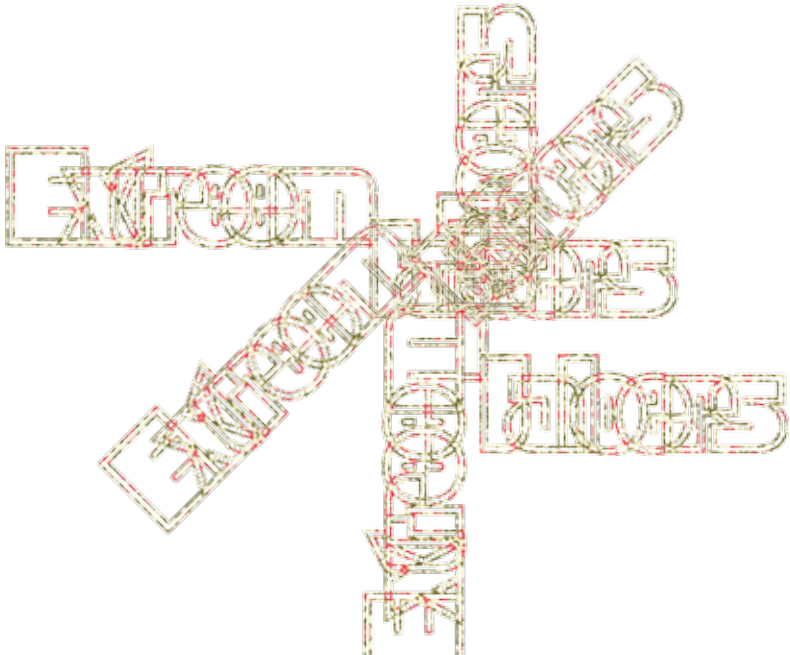
Uitgangspunt 2:
Benoem mogelijke alternatieven

Wanneer een betekenisverlening door de ontvanger ontbreekt of niet afdoende is (bijvoorbeeld bij een artikel in een dagblad), wordt de gebruikte formulering vergeleken met mogelijke alternatieven. Je brengt zo in kaart welke mogelijke alternatieve versies worden *weerlegd* door juist de gekozen formulering (Potter, 1996; Edwards, 1997). In dit geval luidt dus de vraag: *wat is het effect van deze formulering ten opzichte van dat van mogelijke alternatieven?*

Voorbeeld bij analyse-uitgangspunt 2:
Johan geeft zijn mening over een middel dat helpt om minder te eten: 'Ja, maar is het überhaupt gezond om je om je eetlust te remmen? Dat is ook wel een vraag natuurlijk.'

Mogelijk alternatief: 'Ik vind dit geen goed product. Het is toch ongezond om je eetlust te remmen.'

Door voorzichtig zijn zorg over het product te uiten, houdt Johan de discussie open. Bovendien loopt hij in vergelijking met het alternatief veel minder risico te worden gezien als betweter of scepticus.



Uitgangspunt 3: Ga op zoek naar variatie

Variaties in uitspraken vormen een aanwijzing voor de verschillende doelen die deze uitspraken kunnen vervullen. Spreken verschillende beschrijvingen van eenzelfde gebeurtenis elkaar bijvoorbeeld tegen, dan kan dit duiden op een gespreksprobleem. Dit uitgangspunt hangt nauw samen met het benoemen van alternatieven. Hier is de vraag: w*at is het effect van de verschillende gevonden formuleringen als je ze met elkaar vergelijkt?*

Voorbeeld bij analyse-uitgangspunt 3:

CNN: 'Controversial Dutch filmmaker and newspaper columnist Theo van Gogh, who made a film about violence against women in Islamic societies, has been murdered in Amsterdam, police said'

BBC: 'Film maker Theo van Gogh, who made a controversial film about Islamic culture, has been stabbed and shot dead in Amsterdam, Dutch police say'

De moord op Theo van Gogh werd in de media op verschillende wijzen geconstrueerd: Was de filmmaker zelf of zijn product controversieel? En welk effect roept dit op, bijvoorbeeld met oog op een eventuele schuldvraag?

Uitgangspunt 4: Cyclisch analyseren

De voorgaande drie analyse-uitgangspunten helpen je als analist om je bevindingen goed te onderbouwen. Zoals in de figuur op pagina 29 te zien is, hangen gespreksprobleem en gespreksstrategie nauw met elkaar samen. Het benoemen van het één geeft inzicht in het ander. Tijdens de analyse ga je dan ook vaak cyclisch te werk (Sneijder et al., 2007): het mogelijke probleem waarmee de spreker rekening houdt, geeft je een aanwijzing voor de strategieën die worden ingezet. Omgekeerd geven de strategieën vaak een indicatie voor het gespreksprobleem dat wordt opgelost.

ZO GA JE TE WERK:

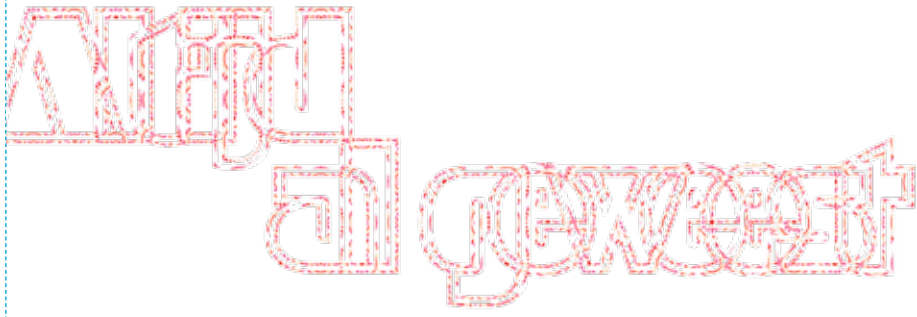
- **Verzamel relevant materiaal uit real life gesprekken (door deze op te nemen) en/of online gespreksmateriaal (bijvoorbeeld op newsites, blogs, fora of twitter).**

- **Maak notities van opvallendheden en terugkerende elementen en thema's tijdens een eerste lees- of luisterronde. Wanneer je je de DaB eigen hebt gemaakt, zul je merken dat je dit bij real life gesprekken soms al ter plekke kunt doen!**

- **Tijdens een tweede lees- of luisterronde controleer je of aangemerkte thema's en opvallendheden gegrond zijn: is er daadwerkelijk sprake van een patroon of juist van opmerkelijke tegenstrijdigheden?**

- **Deze bevindingen label je en je markeert de bijbehorende passages. In het geval van audio-opnames transcribeer je nu de relevante tekstfragmenten.**

- **Bestudeer nu de geselecteerde fragmenten aan de hand van analyse-uitgangspunten 1, 2 en 3: je gaat op zoek naar de onderliggende gespreksproblemen en -strategieën en bekijkt of er sprake is van repertoires en benoemt daarvan de functie. Het is van belang dat je je bevindingen onderbouwt met voldoende fragmenten.**



IV: RESULTATEN

WAT DOEN WE MET DE RESULTATEN?

De opbrengst van een discoursanalyse is vaak groot. Het is daarom van belang de belangrijkste inzichten helder op te nemen in een (tussentijds) verslag dat kan worden gedeeld met de opdrachtgever en eventuele andere betrokkenen. Op basis daarvan kunnen de resultaten vervolgens worden besproken. Het bespreken van de waargenomen gespreks-problemen, gesprekssstrategieën en patronen leidt tot een kleurrijker beeld van de resultaten en tot nieuwe inzichten en opvattingen over de (verder te voeren) communicatie (zie ook V: Communicatie). Reflectie op het materiaal vormt dan ook een belangrijk onderdeel van het proces. De precieze vorm en inhoud van het reflectiemoment, maar ook wie er precies bij worden betrokken is van verschillende zaken afhankelijk. Zo speelt hierbij, zoals we hierna zullen bespreken, bijvoorbeeld de gekozen onderzoeksaanpak (zie II: Aanpak) een rol.

Wat komt er in de (tussentijdse) rapportage?

Een volledige discoursanalyse levert veel materiaal en mooie inzichten op. Om hierover van gedachten te kunnen wisselen met de opdrachtgever en eventuele andere betrokkenen is een heldere verslaglegging noodzakelijk. Het is essentieel om in de rapportage niet alleen je bevindingen te benoemen, maar de lezer vooral ook mee te nemen in de analyse die tot deze inzichten heeft geleid. Het is raadzaam in deze tussentijdse rapportage in ieder geval de punten die hierna worden besproken op te nemen. Later zal hieraan voor de definitieve rapportage nog een laatste component, de conclusies en aanbevelingen voor de communicatie (zie V: Communicatie), worden toegevoegd.

Onderzoekskader: de context van het onderzoek

Het gaat hier om zaken als de probleemstelling en de daaruit voortvloeiende doelstelling en onderzoeksvraag. Ze maken de lezer de context en het doel van het onderzoek duidelijk.

Onderzoeksaanpak: analytische procedure en beschrijving van de databron

Omdat discoursanalyse (nog) geen methode is die voor iedereen vanzelfsprekend is, is het van belang dat de belangrijkste principes en gehanteerde analyse-uitgangspunten helder worden omschreven. Het moet voor de lezer duidelijk zijn hoe je tot de resultaten bent gekomen. De analytische procedure wordt daarom zo nauwkeurig mogelijk beschreven. Bovendien moet het voor de lezer duidelijk worden waar de geanalyseerde data hun oorsprong vinden. Het is dus belangrijk een beschrijving van de databron op te nemen.

Resultaten: illustratie van repertoires en/of gespreksproblemen en -strategieën

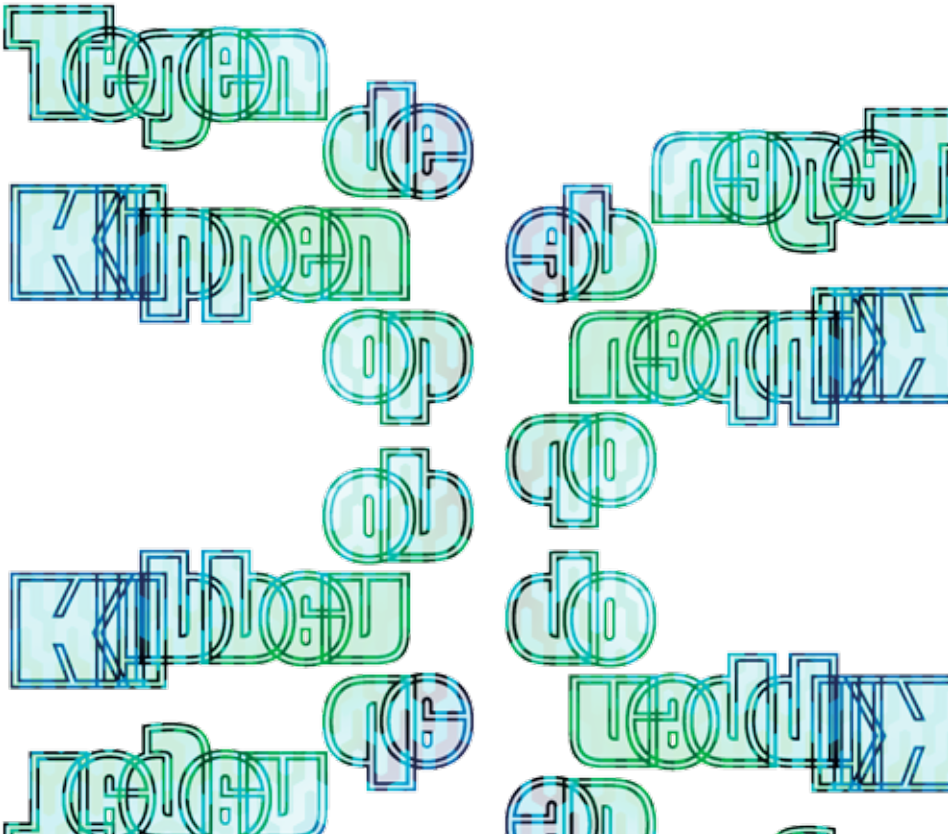
De belangrijkste repertoires en/of gespreksproblemen en gesprekstrategieën die zijn gevonden, worden beschreven. Aan de hand van een aantal fragmenten die illustratief zijn voor de gevonden repertoires en/of strategieën neem je de lezer mee in de analyse. Een dergelijke beschrijving van de resultaten geeft de lezer een beeld van de manier waarop bepaalde repertoires en strategieën in het gesprek concreet tot uiting komen.

Hoe en met wie reflecteren we op de resultaten?

De analyse geeft dieper inzicht in de problemen en twijfels van mensen door te kijken naar de manier waarop deze (vaak impliciet) tot uiting komen in de gesprekken die zij voeren. Degenen die direct betrokken zijn bij de totstandkoming van communicatiebeleid (strategie, creatieve ontwikkeling enzovoorts) hebben veel baat bij een goed inzicht in de resultaten. Het zogenoemde *reflectieatelier* waarbij opdrachtgever en betrokken beleidsmedewerkers aanwezig zijn, dient ter verdieping van de resultaten.

In sommige situaties is het ook zinvol om de deelnemers van het geanalyseerde gesprek bij het reflectieatelier te betrekken. Zij kunnen reageren op de vondsten en met elkaar in discussie gaan over waargenomen gespreksstrategieën. Dit is echter organisatorisch niet altijd mogelijk. Als er een onderzoek wordt gedaan naar de interne communicatie van een organisatie, zal dit bijvoorbeeld gemakkelijker gaan dan wanneer een analyse van de omgeving is uitgevoerd op basis van een groot aantal posts op een forum of Twitter.

Tijdens de bijeenkomst heeft de communicatieprofessional een begeleidende rol. De professional verheldert de resultaten. Hij kan bijvoorbeeld de gevonden repertoires duiden en aan de hand van illustratieve fragmenten meer inzicht geven in gespreksproblemen en de effecten van bepaalde gespreksstrategieën. Ook geeft hij feedback op eventuele ideeën voor de communicatiestrategie.



V: COMMUNICATIE

HOE VERTALEN WE DE RESULTATEN NAAR COMMUNICATIE?

De resultaten van een discoursanalyse worden in de laatste fase vertaald naar strategische en concrete voorwaarden en maatregelen voor de communicatie. Hieronder beschrijven we hoe elk van de resultaten uit voorgaande stappen (inzichten in repertoires en hun functies, gespreksproblemen en gespreksstrategieën en inzichten op basis van het reflectieatelier) van waarde kunnen zijn bij het bepalen van de communicatiestrategie. De aanbevelingen voor verdere communicatie worden toegevoegd aan de rapportage (zie ook IV: Resultaten) om te komen tot de definitieve verslaglegging. Het is daarbij van belang dat duidelijk wordt beschreven *hoe* bepaalde communicatieadviezen volgen uit de resultaten van de discoursanalyse en de inzichten uit het reflectieatelier.

Welke adviezen volgen uit gevonden repertoires en hun functies?

Repertoires geven veelal in bredere zin voorwaarden aan voor de communicatiestrategie, maar kunnen ook leiden tot specifieke communicatieactiviteiten. Zoals eerder in deze handreiking beschreven, zijn repertoires bepaalde typen argumenten waaruit deelnemers in een gesprek met regelmaat putten. Ze geven een kader van meningen, houdingen en culturele bronnen aan: een belevingswereld ten opzichte van een bepaald onderwerp. Zodoende kunnen ze helpen om communicatieactiviteiten van de organisatie beter te laten aansluiten bij het gesprek zoals dat door de doelgroep al wordt gevoerd.

PRAKTIJKVOORBEELD

VAN REPERTOIRE NAAR COMMUNICATIESTRATEGIE IN DE ZAAK-VAATSTRA

Een discoursanalyse van de gesprekken in de Friese gemeenschap over de moordzaak rond Marianne Vaatstra en de mogelijkheid van een grootschalig DNA-verwantschapsonderzoek legde een aantal opvallende repertoires bloot. De resultaten waren zeer zinvol bij het bepalen van de communicatiestrategie voor politie en justitie. Het onderzoek bracht bijvoorbeeld het repertoire *'Wat telt is de gemeenschap'* in beeld (Klarenbeek, 2013). Met het repertoire werd door de gespreksdeelnemers een contrast gecreëerd tussen gemeenschap en overheid, dat het belang van de gemeenschap benadrukte ('we doen het voor elkaar, niet om de overheid te helpen').

Uit dit repertoire volgde dat er gedurende het traject waarin grootschalig DNA-verwantschapsonderzoek zou worden uitgevoerd, een blijvende noodzaak zou blijven bestaan voor het in stand houden van de interactie, (1) tussen de overheid en de gemeenschap, en (2) binnen de gemeenschap. Dit om te voorkomen dat de gemeenschap en de overheid verder van elkaar af zouden komen te staan, en tegelijkertijd ook ruimte te bieden voor constructieve gemeenschapszin. Een strategisch uitgangspunt dat centraal stond bij de inzet van alle communicatiemiddelen was dan ook dat de discussie erdoor zou worden gestimuleerd. Daarnaast konden op basis van dit repertoire een aantal heel concrete adviezen worden geformuleerd. Zo kon bijvoorbeeld de toon van de verdere communicatie door justitie worden geënt op het repertoire. In een brochure werd bijvoorbeeld niet gesproken van 'u' ('u kunt ons helpen'), maar van 'wij samen'.

Welke adviezen volgen uit gevonden gespreksproblemen en -strategieën?

Gespreksproblemen en gespreksstrategieën geven vaak concrete handvatten voor de verdere wijze van communiceren binnen een overkoepelende communicatiestrategie. Ze geven bijvoorbeeld voorwaarden aan voor te gebruiken formuleringen of de wijze van benaderen van de doelgroep.

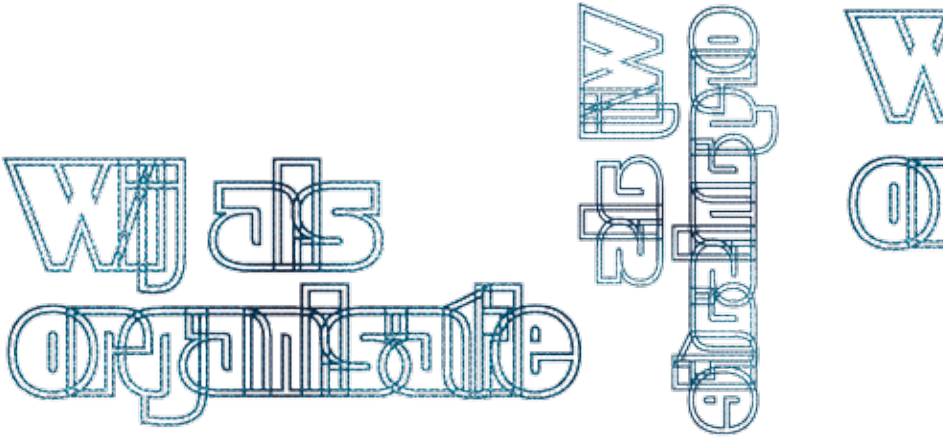
VAN GESPREKSSTRATEGIEËN NAAR VOORWAARDEN VOOR COMMUNICATIE BIJ DE BELASTINGDIENST

PRAKTIJKVOORBEELD

Onderzoek van Klarenbeek (2011) naar interne gesprekken over de toekomst bij de Belastingdienst gaf inzicht in de gespreksstrategieën die deelnemers hanteerden. Het inzicht in deze strategieën kon vervolgens worden gebruikt voor het communicatieadvies. Zo werd uit het onderzoek duidelijk dat deelnemers ertoe neigden voorzichtig te zijn in hun beweringen en confrontaties naar anderen. Er werd bijvoorbeeld regelmatig gesproken namens een anonieme, moeilijk te traceren achterban ('wij als organisatie'). Ook dekten gespreksdeelnemers zich veelvuldig in tegen potentiële aantijgingen door hun standpunten te relativeren. De grote voorzichtigheid die in deze gespreksstrategieën tot uiting kwam, liet zien dat men zich niet zomaar werkelijk uitsprak over de toekomst van de organisatie. Hierdoor werd duidelijk dat communicatie meer zou moeten uitlokken en stimuleren voor het echt *aangaan* van het gesprek over dit onderwerp.

Hoe draagt het reflectieatelier bij aan het advies?

Het reflectieatelier naar aanleiding van de analyse maakt de resultaten rijker en inzichtelijker en leert de betrokkenen vanuit het discursieve perspectief naar gesprekken te kijken. Het biedt daarnaast de ruimte om samen naar oplossingen te zoeken voor bijvoorbeeld gespreksproblemen, waarbij als vanzelf startpunten voor verdere communicatieactiviteiten ontstaan.



IN HET KORT

I Situatie

Leent de DaB zich voor dit vraagstuk?

- Is het thema geschikt?
- Is het gespreksmateriaal geschikt?

II Aanpak

Wat is de beste onderzoeksaanpak?

- Maken we een analyse van of met de omgeving of interne organisatie?
- Hoe diepgaand gaan we analyseren?

III Analyse

Welke analyse-uitgangspunten hanteren we?

1. Bekijken hoe anderen op een uiting reageren
2. Benoemen van mogelijke alternatieven
3. Op zoek gaan naar variatie
4. Cyclisch analyseren

IV Resultaten

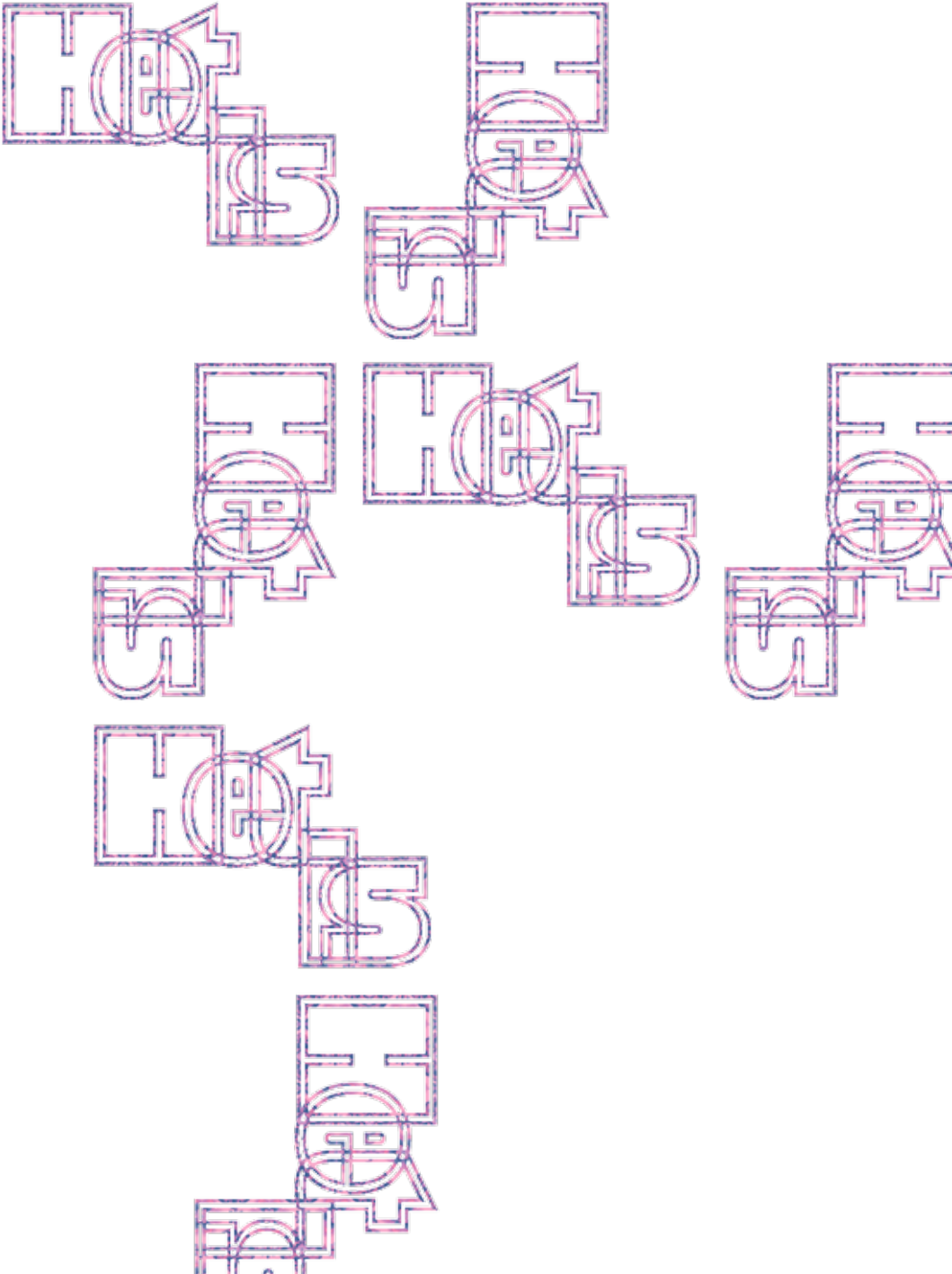
Wat doen we met de resultaten?

- Wat komt er in de (tussentijdse) rapportage?
- Hoe en met wie reflecteren we op de resultaten?

V Communicatie

Hoe vertalen we de resultaten naar communicatie?

- Welke adviezen volgen uit de gevonden repertoires en hun functies?
- Welke adviezen volgen uit de gevonden gespreksproblemen en -strategieën?
- Hoe draagt het reflectieatelier bij aan het advies?



EEN VOORBEELD UIT DE PRAKTIJK: DE ZAAK-VAATSTRA

Annette Klarenbeek werd in 2011 gevraagd een communicatiestrategie te ontwikkelen voor het creëren van draagvlak voor grootschalig DNA-verwantschapsonderzoek in het kader van de Zaak-Vaatstra. Dit deed ze op basis van een discoursanalyse van gesprekken onder burgers uit de regio. In dit hoofdstuk deelt ze haar ervaringen.

HET VRAAGSTUK

De moord op Marianne Vaatstra in 1999 in Noord-Friesland bleef tot 2013 onopgelost. De mogelijkheid om in september 2012 een grootschalig DNA-verwantschapsonderzoek in te zetten, zou tot een doorbraak in het onderzoek naar de moord kunnen leiden. Al dertien jaar lang zorgde de moord voor veel onrust en geruchtvorming in de regio. Er leefden allerlei suggesties en opvattingen over de richting waarin de dader gezocht zou moeten worden, maar politie en justitie slaagden er niet in de dader te vinden. Dit leidde tot een verwijdering tussen burgers en overheid en ook tot wantrouwen in de overheid. Dit wantrouwen zou het draagvlak om mee te werken aan een grootschalig DNA-bevolkingsonderzoek kunnen beïnvloeden. Politie en justitie begrepen dat de wijze waarop de bevolking om haar medewerking zou worden gevraagd van cruciaal belang was om het draagvlak voor dit ingrijpende type onderzoek – en dus de kans op een succesvolle inzet – te vergroten. De stuurgroep, bestaande uit de leiding Politie en justitie in Friesland en betrokken rechercheurs, wilde daarom geadviseerd worden bij de te volgen communicatie- en mediastrategie. Zo werd ik in september 2011 gevraagd om een communicatiestrategie te ontwikkelen. De briefing luidde als volgt:

'Ontwerp een communicatie- en mediastrategie met daarin een analyse van stakeholders (burgers, media, politiek), een activiteitenplan, een tijdlijn en een communicatieadvies voor afname DNA.'

In de debriefing stelde ik een aanpak met twee sporen voor:

1. het communiceren met de samenleving (regionaal en landelijk) over een ander moordscenario;
2. het creëren van draagvlak voor medewerking aan een grootschalig DNA-bevolkingsonderzoek.

Spoor 1

Voor spoor 1 benaderden we het nationaal bekende misdaadprogramma op tv van Peter R. de Vries. De programmamakers, de rechercheurs en de afdeling Communicatie van het Openbaar Ministerie bereidden samen op intensieve wijze een uitzending voor die anderhalf uur zou duren. In de uitzending die in mei 2012 te zien was, werd uitgebreid stilgestaan bij een nieuw moordscenario en bij wat een grootschalig DNA-verwantschapsonderzoek zou inhouden. Het programma werd door 1,2 miljoen mensen, waaronder veel mensen uit de omgeving, bekeken.

Spoor 2

Mede naar aanleiding van de uitzending van Peter R. de Vries wilden we weten wat er onder de bevolking leefde. Om draagvlak te creëren voor medewerking aan een grootschalig DNA-bevolkingsonderzoek zou het van groot belang zijn om bij deze belevingswereld te kunnen aansluiten. Gezien de gevoeligheid van het onderwerp en de persoonlijke relevantie voor de bevolking stelde ik voor om middels een discoursanalyse uit te zoeken hoe inwoners in hun gesprekken zelf woorden gaven aan de situatie. Ik stelde voor om burgerfora te organiseren met inwoners uit de regio. Een analyse van audiomateriaal van deze gesprekken zou inzicht kunnen geven in de wijze waarop mensen hun afwegingen formuleerden. De gesprekken functioneerden bovendien niet alleen als methode om gespreksmateriaal te verzamelen: door te praten met mensen uit de dorpen zou het gesprek op gang kunnen komen tussen overheid en bevolking, maar ook binnen de gemeenschap zelf.

Drie belangrijke vragen wilde ik aan de hand van een discoursanalyse zien te beantwoorden:

1. Hoe praten inwoners, mede naar aanleiding van de uitzending van Peter R. de Vries, over het nieuwe moordscenario?
2. Hoe praten mensen over de nieuwe mogelijkheid van grootschalig DNA-verwantschapsonderzoek in hun gemeenschap?
3. Hoe kan op basis van inzicht in deze argumenten richting worden gegeven aan de communicatiestrategie?

DE AANPAK

Om het vraagstuk tegemoet te treden, koos ik dus voor een *analyse van de omgeving*. In juli 2012 werden drie gespreksavonden georganiseerd. Gemiddeld waren er per avond twaalf deelnemers aanwezig, waaronder een kapper, een barman, een dominee en een schoolhoofd. Daarnaast waren telkens de teamleider van het rechercheteam (gespreksleider), het hoofd communicatie van het OM (sidekick) en ik (externe communicatieprofessional) aanwezig. Een belangrijk criterium voor de selectie van deelnemers was dat men in contact stond met veel andere mensen uit de regio. Het idee hierachter was dat op deze wijze, voortvloeiend uit de burgerfora, ook *in* de samenleving het gesprek op gang zou kunnen komen. Al pratend met elkaar zouden mensen hun afwegingen kunnen maken over het nieuwe moordscenario en de mogelijkheid van DNA-verwantschapsonderzoek.

De gespreksavonden werden met opzet kleinschalig gehouden om ruimte te bieden aan intensieve interactie tussen de aanwezigen. De gesprekken duurden gemiddeld anderhalf uur. Na een korte inleiding door de gespreksleider gingen de deelnemers actief met elkaar in gesprek. Het gesprek werd door de gespreksleider gefaciliteerd met behulp van een semigestructureerde vragenlijst. Alle gesprekken werden opgenomen met goedkeuring van de deelnemers. Bovendien schreef ik tijdens de gesprekken mee en noteerde zo veel mogelijk uitspraken op papier.

Vierenhalf uur audiomateriaal ging mee op vakantie naar Zuid-Frankrijk. Het was van belang de data, nu alles nog vers in het geheugen lag, snel uit te werken. Daarbij zou het verslag er over uiterlijk vier weken moeten

liggen, omdat dan de persconferentie met de aankondiging van het DNA-onderzoek zou zijn. Ik koos ervoor om de analyse van het gespreksmateriaal te structureren op basis van *repertoires*. Ik ging dus op zoek naar de type argumenten waaruit tijdens de gesprekken herhaaldelijk werd geput, om vervolgens te onderzoeken welke *functies* deze repertoires in het gesprek vervulden. Mijn aandacht ging dus niet alleen uit naar de inhoud van de argumenten, maar vooral ook naar hoe deze argumenten werden vormgegeven en ingezet in de interactie.

DE ANALYSE

Ik startte de analyse met het intensief lezen van mijn notities, waarbij ik al gauw opvallende, terugkerende thema's opmerkte en markeerde. Hierna beluisterde ik de audio-opnames om vast te stellen of deze opvallendheden daadwerkelijk gegrond waren:was er inderdaad sprake van een patroon? Ik toetste mijn bevindingen door de thema's te specificeren met behulp van geluidsfragmenten die deze bevestigden of juist tegenspraken. Op basis hiervan koos ik belangrijke geluidsfragmenten uit die ik transcribeerde, zodat ik deze vervolgens zorgvuldig kon analyseren. De gekozen fragmenten stonden dus niet op zichzelf, maar dienden ter illustratie van de repertoires zoals ik die vond in het complete materiaal. Ik herlas de gespreksfragmenten meerdere keren en paste er de belangrijkste *analyse-uitgangspunten* voor discoursanalyse op toe. Hierdoor kreeg ik een beter beeld van wat er nu precies *gebeurde* in de interactie. Door bijvoorbeeld te bekijken hoe anderen op een uiting van een spreker reageerden en door op zoek te gaan naar het effect van juist een bepaalde manier van formuleren, bracht ik zo ook de functies van de gevonden repertoires in beeld.

DE RESULTATEN

Vier repertoires en hun functies kon ik in mijn dataset onderscheiden. Twee van die repertoires zal ik hieronder uitlichten: *grootschalig DNA-verwantschapsonderzoek is hoopgevend maar ingrijpend* en *je doet het voor elkaar.*

Grootschalig DNA-verwantschapsonderzoek is hoopgevend maar ingrijpend

Aanvankelijk kwam het repertoire *grootschalig DNA-verwantschapsonderzoek geeft hoop*, kortweg het *hoop-repertoire*, naar voren in de gesprekken. Grootschalig DNA-verwantschapsonderzoek werd dan ingezet als een argument om de moord te helpen oplossen. Dit repertoire werd gebruikt om het DNA-onderzoek als hoopvol te portretteren. We zien dit deel van het repertoire naar voren komen in box 1:

Box 1

Fragment 14, 12-07-2012

(R14) Zoals het bij Peter R. de Vries bekend werd gemaakt, dat geeft je weer hoop. Dat het wel zeker is dat door dit onderzoek de dader eruit zal komen.

Daarnaast werd echter benadrukt dat *ook* rekening moest worden gehouden met de *impact* van het onderzoek op de gemeenschap en het individu: deelnemers uitten al pratend ook zorgelijke neveneffecten die konden ontstaan bij het verwantschapsonderzoek. Zo werd door respondenten betoogd dat er bij het stamboomonderzoek ook verdachte families uit de bus konden komen.

Reacties tijdens de gesprekken lieten zien dat kritische geluiden over meewerken aan het onderzoek als controversieel werden behandeld. Deze reacties zeggen iets over de ruimte om onder sociale druk toch een eigen keuze te maken. Het fragment hieronder geeft een discussie onder de deelnemers weer over het al dan niet meewerken aan het onderzoek. De gespreksleider vraagt in dit kader hoe mensen het vinden dat de verdachte nu ook een familielid kan zijn. Zou dit de deelnemers kunnen tegenhouden om mee te werken aan het DNA-onderzoek?

Box 2

Fragment 17, 10-07-2012

R6 Als ik zou denken dat 't een bepaald familielid zou kunnen zijn, waar ik een bepaald gevoel of een bepaald idee bij heb waarom hij het zou kunnen zijn, nou dan denk ik van nou dan hou ik m'n eigen maar even op de vlakte. Want ik wil niet graag dat mijn neef door mij zeg maar ontdekt gaat worden.

Allen Nooooooh, nou ja, ja dat zou iets verschrikkelijks kunnen zijn, neeeeee.

R6 Dat zou ik best kunnen denken, ja. Ik denk dat zulke mensen zullen er ongetwijfeld zijn.

R8 't kan ook een jongen wezen die een gezin en alles heeft, hè.

R7 Ik denk niet dat 't zomaar iemand is.

R6 Dat zou ook kunnen. Waar 't mij om gaat als ik even in de familielijn denk en ik zou iemand hebben waarvan ik zou kunnen denken van. Nou, dan zou ik me voor kunnen stellen dat ik zou denken, nou dan doe ik dus niet mee. Want het zou ook een hele grote impact op de familie kunnen hebben.

R7 Ja, maar dan heb je daarover wel heel sterke vermoedens.

R6 Ja, dat zou kunnen.

Allen Ja, ja, ja

R8 Ja, maar dan heb je zelf weer een probleem.

R6 Ja, dan heb je zelf weer een probleem.

R3 Maar wat is nou op dit moment 't belangrijkste dat we de dader pakken of niet? Dit moet opgelost worden.

R 6 Ja, maar als ik denk dat 't van mijn familie zou kunnen zijn? Vind ik dan belangrijk dat ik DNA afgeef? Ik denk 't niet.

Respondent 6 geeft aan dat hij mogelijk niet zal meewerken aan het onderzoek als hij vermoedt dat de dader een familielid is, door te zeggen: *nou dan hou ik m'n eigen maar even op de vlakte*. Hoewel anderen op zijn overweging reageren met kreten van ontzetting (*nooooooh, neeeeee*) toont respondent 6 vastberaden te zijn in dit standpunt en herhaalt zijn besluit met: *nou dan doe ik dus niet mee*. Het vele gebruik van *nou* suggereert hier logica. Anders gezegd: 'Ieder ander die hier logisch redeneert, moet wel tot deze conclusie komen.' Opvallend is dat respondent 6 deze getoonde fermheid weer afzwakt met de bewoordingen: *Ik denk dat zulke*

mensen zullen er ongetwijfeld zijn. Ofwel: 'Ik vertolk hier een visie die kan leven onder de bevolking, het is niet mijn persoonlijke visie die ik hier presenteer.' Respondent 6 varieert zo in zijn taalgebruik tussen meer persoonlijk geformuleerde afwegingen en uitspraken die collectieve afwegingen representeren. Zo spreekt hij ook namens een bepaalde groep van anderen: 'zulke mensen met zulke redeneringen'. Respondent 6 ondermijnt op deze manier te kunnen worden aangesproken op dat het een particuliere mening is die hij hier vertegenwoordigt. Hij doet dit precies op het punt dat andere respondenten zijn uitspraken als controversieel kunnen behandelen.

Respondent 3 stelt vervolgens de retorische vraag: *Maar wat is nou op dit moment 't belangrijkste dat we de dader pakken of niet?* Respondent 6 beantwoordt deze vraag met eveneens een retorische wedervraag: *Ja, maar als ik denk dat 't van mijn familie zou kunnen zijn? Vind ik dan belangrijk dat ik DNA afgeef?* Daarbij formuleert respondent 6 vervolgens zelf al het antwoord: *Ik denk 't niet*. Opmerkelijk is dat respondent 6 dit voorzichtiger formuleert. Zo zegt hij '*ik denk*' waar het ook had kunnen zijn '*ik vind*'. Respondent 6 dekt zich op voorhand in tegen de potentiële reacties van anderen. Respondent 8 maakt vervolgens de opmerking: *Dan heb je zelf weer een probleem*. In het vage blijft hier of respondent 8 nu respondent 6 aanspreekt of dat de opmerking gericht is aan die bepaalde groep van mensen die zulke redeneringen hebben. De reactie van respondent 6: *Ja, dan heb je zelf weer een probleem*, bevestigt deze vaagheid en laat eveneens in het midden of hij zich persoonlijk aangesproken voelt. Blijkbaar is het ongemakkelijk om uitspraken over dit gevoelige thema voor eigen rekening te nemen. Respondent 6 balanceert hier tussen het verwoorden van persoonlijke opvattingen versus het opvoeren van meningen van anderen. Daarbij stuiten deelnemers al pratende op nieuwe inzichten met betrekking tot de voors en tegens om medewerking te verlenen aan het onderzoek.

Naast het hoop-repertoire, bestond dus ook het *ingrijpend-repertoire*, en samen leiden ze tot het repertoire *grootschalig DNA-verwantschapsonderzoek is hoopgevend maar ingrijpend*. De fragmenten geven het dilemma weer dat men enerzijds de zaak wilde oplossen, maar anderzijds daarvoor niet de eigen familie wilde verraden. Het repertoire kwam tot uitdrukking in een combinatie van veelal persoonlijk gedefinieerde zorgen en een dikwijls expliciete positieve benadering van het onderzoek. Men zag kansen in het stamboomonderzoek.

Tegenover dit positieve beeld werd een kritisch beeld geplaatst door deelnemers waarin ook de risico's werden geschetst. Zo werd bijvoorbeeld ook aangehaald dat mensen hun gedrag zouden kunnen aanpassen aan de normen van de situatie en de sociale rollen die zij, als inwoners van een gebied waarin een gruwelijke moord heeft plaatsgevonden, verpersoonlijkten. In hoeverre maken mensen dan nog hun eigen afweging? Dit was de zorg die doorklonk in de uitspraken van gespreksdeelnemers. Het gevaar bestond immers dat inwoners de druk voelden om te voldoen aan de rol die van hen verwacht werd. Deze tegenstelling – hoop versus risico's – werd in de interactie opgelost door het DNA-onderzoek niet als louter hoopvol te portretteren. Er moest namelijk rekening worden gehouden met succes én falen. Zo konden hoop en vrees worden vervangen door *realiteit*. Het repertoire (mits in evenwicht) had dus een consensusbevorderende functie: gespreksdeelnemers creëerden actief draagvlak voor het DNA-onderzoek.

Je doet het voor elkaar

Tijdens de gespreksavonden kwam ook het repertoire *je doet het voor elkaar* naar voren. We zien dit patroon in het hierna volgende fragment in box 3 geïllustreerd:

Box 3

Fragment 12, 18-07-2012

R22 Er is weinig vertrouwen in de overheid, weinig vertrouwen in de politiek en veel gemeenschapszin, je doet het voor elkaar.

Allen Je doet 't voor elkaar. ((instemmend gemompel))

R24 Ik denk dat 't heel belangrijk is dat jullie dat in elk geval in jullie voorlichtingscampagne benadrukken dat je doet 't om aan die onzekerheid voor die ouders een einde te maken, dat je 't doet omdat voor de familie, omdat je de zaak opgelost wil hebben hiermee, maar je moet niet benadrukken dat je dit doet om de overheid zo nodig zou moeten helpen hiermee. Want daar hebben de mensen geen boodschap aan.

R22 construeert een lijst bestaande uit drie delen: 1) *weinig vertrouwen in de overheid*; 2) *weinig vertrouwen in de politiek* en 3) *veel gemeenschapszin*. Deze formulering is opgebouwd uit drie facetten die het beeld van weerstand tegenover de overheid oproepen. Dergelijke constructies worden driedelige lijsten genoemd (*three-part lists* – Jefferson, 1990). Ze worden vaak gebruikt om compleetheid te projecteren, waarbij in principe willekeurige aspecten samen een drie-eenheid vormen. Deze constructie versterkt het argument. Het maakt de beschrijving van de werkelijkheid robuust en algemeen geldig. De suggestie die uitgaat van dit argument is: 'zo zijn in deze regio de feiten', *je doet het voor elkaar*. Dat deze uitspraak breed gedeeld wordt, blijkt uit de instemmende reacties erop en de herhaling van de woorden van R22.
R24 doet er nog een schepje bovenop: *je moet niet benadrukken dat je dit doet om de overheid zo nodig zou moeten helpen hiermee. Want daar hebben de mensen geen boodschap aan.* De overheid wordt zo niet als een onderdeel van de samenleving voorgesteld, maar als een entiteit op afstand.

Mijn analyses leverden rijke inzichten op over de wijze waarop inwoners zelf praatten over de nieuwe ontwikkelingen rond de cold case Marianne Vaatstra. Zo werd duidelijk dat inwoners terughoudend waren in het maken van persoonlijke afwegingen en dat zij deze veelal formuleerden namens anderen, zoals goed zichtbaar werd in fragment 17, box 2. In het algemeen bleken de gevonden repertoires en hun functies sterk normatief georiënteerd: men leek zich aan te passen aan wat sociaal wenselijk was. Uitspraken werden vaak niet voor eigen rekening genomen. Men toonde zich voorzichtig. Mijn analyse liet zien dat over betekenissen rond gespreksthema's onderhandeld werd in plaats van dat die vaststonden: betekenissen werden dus in het gesprek gecreëerd. Daar waar tegenspraak ontstond, zochten gespreksdeelnemers tijdens het gesprek oplossingen om verschillen in visies te overbruggen en op deze wijze overeenstemming te creëren. Tijdens de gespreksavonden vonden geen scherpe discussies plaats waaruit bijvoorbeeld onderling verwijderingen ontstonden. Er werd veelal naar consensusbevorderende repertoires gezocht.

Een belangrijk begrip dat in de gesprekken speelde en dat duidelijk tot uiting komt in het zojuist aangehaalde repertoire *je doet het voor elkaar*, was de collectieve identiteit. Hierbij concentreerden

gespreksdeelnemers zich bovendien op de overeenkomsten tussen henzelf en de behoeften, interesses en doelen van de andere deelnemers. Van Stekelenburg (2006: 12) spreekt hier van: '*my experiences and your experiences, needs and so forth are transformed into our experiences and needs*'. Ook tijdens deze gespreksavonden werd veelal generaliserend taalgebruik gehanteerd en sprak men in termen van 'wij' en 'ons'. Onderzoek naar collectieven zoals sociale bewegingen laat zien dat deze in hun uitingen tot mobilisatie op deze collectieve identiteit kunnen inspelen. Bijvoorbeeld door een probleem te formuleren als een gezamenlijk probleem. Mijn analyse bevestigde dit fenomeen op grond van het feit dat deelnemers aan de burgerfora ook op discursieve wijze elkaar trachtten te bewegen tot deelname. Inzicht in deze discursieve activiteiten bood mij vervolgens houvast voor verdere communicatieinterventies, waaronder twee persconferenties, een brochure, een uitnodigingsbrief en informatieavonden.

IMPLICATIES VOOR DE COMMUNICATIESTRATEGIE

In de zomer van 2012 verleende de rechter-commissaris bij de rechtbank in Leeuwarden de wettelijke machtiging voor het DNA-verwantschapsonderzoek, waardoor het mogelijk werd voor de Friese bevolking om mee te werken aan het oplossen van de moord op Marianne Vaatstra. Ook de communicatiestrategie kon dus worden vervolgd.

De resultaten van de discoursanalyse kon ik verwerken in een strategisch advies en leidde ook tot vertaling naar een aantal zeer concrete maatregelen. Zo kon ik aanbevelen om qua *tone of voice* aan te sluiten bij het collectieve belang zoals dat door de gespreksdeelnemers zelf werd benadrukt. Zodoende werd bijvoorbeeld in de uitnodiging voor het onderzoek voor de 8080 mannen benadrukt dat het hier ging om een kans voor de samenleving om de moord op te lossen. De nadruk lag dus niet op het helpen van de overheid, maar op de gemeenschap die hier zelf een bijdrage kon leveren aan het oplossen van de moord. Ook voor de persconferentie (zie daaruit een passage in box 4 hieronder) adviseerde ik de driehoek van korpschef, burgemeester en hoofdofficier om in termen van gemeenschappelijkheid te spreken. Daarbij werd ook aandacht besteed aan het dilemma dat in de gesprekken naar voren kwam rond het

enerzijds willen oplossen van de moord, maar anderzijds daarvoor niet de familie willen verraden. Daarover adviseerde ik bovendien om rekening te houden met het feit dat inwoners in hun gesprekken vooral verwezen naar familieleden op afstand, zoals een neef.

Box 4

06-09-2012
Passage uit de persconferentietekst van burgemeester Aalberts van de gemeente Dantumaldiel:

'De onopgeloste moord op Marianne Vaatstra houdt ons na al die jaren nog heel erg bezig. Zo'n jong meisje dat in de bloei van haar leven op afschuwelijke wijze wordt vermoord dat raakt je. En dat raakt je nog steeds, zelfs na al die jaren. Dat is ook heel duidelijk geworden in de burgerfora die in juli van dit jaar in mijn gemeente en in die van mijn collega's in Kollumerland en Achtkarspelen heeft plaatsgevonden.

In juli 2012 is een aantal mensen uit de gemeenten in gesprek geweest met politie en justitie. Samen met de teamleider van het onderzoek en het OM is bijvoorbeeld openlijk gesproken over de impact die een dergelijke onderzoek kan hebben op je privéleven. Want het kan natuurlijk zijn dat door jouw deelname een achterneef wordt opgespoord als de dader. Dat is een lastig dilemma.'

Door de je-constructie te gebruiken, precies zoals mensen dat zelf deden tijdens de gespreksavonden, stelde de burgemeester zich tijdens de persconferentie gelijk op aan de genodigden. Bij het benoemen van de potentiële impact van het onderzoek op het privéleven wanneer de dader uit de familie zou komen, sprak hij over een (achter)neef en creëerde zo dezelfde afstand als men dat zelf deed tijdens de burgerfora. De burgemeester kon zo in zijn toespraak aansluiten bij de belevingswereld van de bevolking en zijn begrip tonen van de dilemma's waar men voor stond. Al met al kon zo dus worden aangesloten bij de cadeautjes die mensen zelf hadden aangereikt via hun uitspraken.

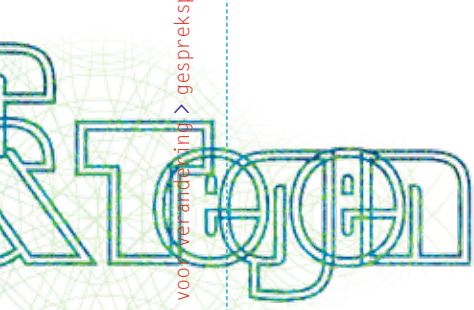
De uiteindelijke opkomst bij de DNA-afname was hoog. Van de 8080 mannen die een uitnodiging ontvingen, stond 92% hun DNA af. Zelf had ik vooraf geen inschatting van een opkomstpercentage durven maken, maar dit overtrof volledig onze verwachtingen. Door deze enorme opkomst kon de zaak na al die jaren worden opgelost. Het DNA van Jasper S. bleek te matchen met het spoor dat destijds bij het slachtoffer werd gevonden. Een tweede DNA-test die werd uitgevoerd, bevestigde dit. Dit leidde tot de veroordeling van de 45-jarige boer uit Oudwoude, een klein dorpje op een paar kilometer van de plek waar Marianne destijds werd gevonden. Gesteld kan worden dat de gekozen communicatieaanpak, waarbij het gesprek werd aangegaan met de inwoners, een zeer positieve impact heeft gehad op de acceptatie van het nieuwe moordscenario en het grootschalig DNA-verwantschap-sonderzoek legitimeerde. Zo kan dus ook communicatie een cruciale factor zijn voor het oplossen van een cold case.

Cover van de brochure over grootschalig DNA-verwantschapsonder-zoek die in september 2012 werd verspreid.

Voor & tegen

DE GROOTSTE KANS OP BETER CONTACT

De discursieve benadering sluit aan bij een ontwikkeling om de alledaagse gesprekken tussen mensen te zien als bron van analyse en mogelijk ook als bron voor verandering. In deze handreiking hebben we zicht willen geven op wat een discourseanalyse volgens het discursieve perspectief betekent. Daarbij hebben we beschreven hoe de DaB je kan helpen anders naar gesprekken in de omgeving van de organisatie te kijken. Door gespreksproblemen en de strategieën die mensen toepassen om hiermee om te gaan in beeld te brengen, zijn reacties van mensen beter te duiden. Hierdoor wordt het makkelijker te begrijpen hoe gesprekken zich ontwikkelen en groeit het begrip van en voor de dynamiek in de omgeving. Bovendien kan de communicatieprofessional zo mogelijk met beter resultaat in contact treden met het publiek. En dat is toch waar het ons allemaal om te doen is!



BRONNEN

Aarts, M.N.C. (2009). *Een gesprek zonder einde: over strategische communicatie in een veranderende omgeving.* Inaugurele rede, Universiteit van Amsterdam.

Aarts, M.N.C. & H.F.M. te Molder (1998). *Over natuur gesproken. Een discours-analytische studie van een debat.* Den Haag: Rathenau Instituut.

Dienst Publiek en Communicatie (2013). *Communicatieonderzoek bij de Rijksoverheid.* Den Haag: Dienst Publiek en Communicatie.

Edwards, D. (1997). *Discourse & Cognition.* Londen: Sage.

Edwards, D. & J. Potter (2001). Discursive Psychology. In: A. McHoul & M. Rapley (red.), *How to analyse talk in institutional settings. A casebook of methods* (p. 12-14). Londen: Continuum International Publishing Group.

Jefferson, G. (1990). List-construction as a task and interactional discourse. In: G. Psathas (red.), *Interactional competence* (p. 63-92). Washington DC: University Press of America.

Klarenbeek, A. (2011). *Gesprekken over de toekomst. Een discourse-analytische studie van een luisterronde.* Den Haag: Belastingdienst.

Klarenbeek, A. (2013). *A cold case and a warm conversation. Een discoursanalyse van focusgroepen over grootschalig DNA-verwantschapsonderzoek.* Conference paper, Etmaal van de Communicatiewetenschap 2014.

Molder, H.F.M. te (2009). Discourse theory and analysis. In: S.W. Littlejohn & K. Foss (red.), *Encyclopaedia of Communication Theory* (p. 231-269). Londen: Sage.

Potter, J. (1996). *Representing reality. Discourse, Rhetoric & Social Construction.* Londen: Sage.

Potter, J. (2004). Discourse Analysis. In: M. Hardy and A. Bryman (red.), *Handbook of data analysis* (p. 607-612). Londen: Sage.

Potter, J. (2012). Discourse analysis and discursive psychology. In: Cooper, H. (red.), *APA handbook of research methods in psychology, Vol. 2. Quantitative, qualitative, neuropsychological, and biological* (p. 111-130). Washington: American Psychological Association Press.

Ruler (2013). *Reflectieve Communicatie Scrum. Zó ben je accountable.* Amsterdam: Adfo Groep.

Stinesen, B.B. (2012). *Consumer constructions of the soft impacts of food technologies. A discursive psychological perspective on emerging food technologies.* http://edepot.wur.nl/198275. MSc Thesis, Wageningen University.

Sneijder, P. (2006). *Food for talk: Discursive identities, food choice and eating practices.* http://edepot.wur.nl/38184. Proefschrift, Wageningen University.

Sneijder, P., J. Lamerichs, H.F.M te Molder, M.A. Koelen. & P. van Nierop (2007). *LIFE: Handleiding Discursieve Actie Methode.* http://edepot.wur.nl/26669. Wageningen: Wageningen University.

Stekelenburg, van J. (2006). *Promoting or preventing social change. Instrumentality, identity, ideology and group-based anger as motives of protest participation.* Proefschrift aan de faculteit der Psychologie en Pedagogiek, Vrije University Amsterdam. Amsterdam: Ridderprint.

Swierstra, T. & H. te Molder (2012). Risk and soft impacts. In: S. Roeser (red.), *Handbook of Risk Theory* (p. 1050-1066). Dordrecht: Springer.

Wetherell, M. & J. Potter (1992). *Mapping the Language of Racism. Discourse and the Legitimation of Exploitation.* New York: Columbia University Press.

Woerkum, van C. (2003). *Organisaties in hun biotoop: over de communicatie van organisaties.* Inaugurele rede, Wageningen University.

Woerkum, van C. & N. Aarts (2008). Staying connected. The communication between organizations and their environment. In: *Corporate Communications*, 13(2), p. 197-212.