

Tekstanalyse

Methoden en toepassingen

Onder redactie van
Joyce Karreman
Renske van Enschof

Met medewerking van
Bé Breij
Jos Hornikx
Lettica Hustinx
Kobie van Krieken
Yvette Linders
José Sanders
Wilbert Spooren
Ninke Stukker
Jean Wagemans

© 2023, Uitgeverij Koninklijke Van Gorcum BV, Postbus 43, 9400 AA Assen.

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden vervoelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Voor zover het maken van reprografische vervoelvoudingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprerecht (www.reprerecht.nl). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet) kan men zich wenden tot Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie, Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.stichting-pro.nl).

Ofschoon iedere poging is ondernomen volgens de Auteurswet rechthebbenden van het in dit boek opgenomen materiaal te traceren, is dit in een enkel geval niet mogelijk gebleken. In het onderhavige geval verzoekt de uitgever rechthebbenden contact met hem op te nemen.

NUR 616

ISBN folio 9789023258322

ISBN ebook 9789023259749

1e druk 2008

2e druk 2012

3e herziene druk 2013

4e herziene druk 2018

5e herziene druk 2023

Uitgave: Uitgeverij Koninklijke Van Gorcum, Assen

Grafische verzorging en ebook: LINE UP boek en media bv, Groningen

Omslagontwerp: Studio Droombeeld, Tilburg

Druk: Drukkerij Van Gorcum, Meppel



Inhoud

Voorwoord IX

Inleiding XI

Renske van Enschoot en Joyce Karreman

Literatuur XVI

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 Tekstkwaliteit 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 23

1.6 Evaluatie van en verbeter suggesties voor de tekst 25

1.7 Toepassing van functionele analyse 27

1.7.1 Methode 28

1.7.2 Voorbeeld 29

Literatuur 39

2 Coherentieanalyse 41

Lettica 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 50

2.3.2 Referentiële relaties die vooral een beroep doen op wereldkennis 58

2.3.3 Problemen bij het interpreteren van referentiële relaties 62

2.3.4 Referentiële analyse en oplossen van problemen 69

2.4	Relationele coherentie	71
2.4.1	Coherentiemarkeerders	73
2.4.2	Verschillende typen relationele coherentie	75
2.4.3	Problemen bij het interpreteren van relationele coherentie	83
2.5	Toepassing van coherentieanalyse	85
2.5.1	Methode	85
2.5.2	Voorbeeld	86
	Literatuur	99
3	Retorische analyse	103
	Bé Breij en Yvette Linders	
3.1	Inleiding	104
3.2	Geschiedenis van de retorica in vogelvlucht	105
3.2.1	Griekenland	106
3.2.2	Rome	108
3.2.3	Invloed van de klassieke retorica	108
3.3	Verschillende soorten redevoeringen	110
3.4	De vijf onderdelen van de klassieke redevoering	111
3.5	Kunstige overtuigingsmiddelen: ethos, pathos en logos	112
3.6	Stijl en overtuiging	114
3.6.1	Stijldeugden	115
3.6.2	Verfraaiing: stijlfiguren	116
3.6.3	Stijlsoorten	128
3.7	Toepassing van retorische analyse	132
3.7.1	Methode	133
3.7.2	Voorbeeld	135
	Literatuur	149
4	Argumentatieanalyse	151
	Jos Hornikx en Jean Wagemans	
4.1	Inleiding	152
4.2	Theoretische en methodologische achtergronden	153
4.2.1	Wat is argumenteren?	154
4.2.2	Drie perspectieven op argumentatie	155
4.2.3	Fasen van het analyseren van een argumentatieve tekst	158
4.3	Het in kaart brengen van de argumentatie	159
4.3.1	Het herkennen van standpunten en argumenten	159
4.3.2	Enkelvoudige argumentatie	161
4.3.3	Meervoudige argumentatie	163
4.4	Het identificeren van de argumentatietypen	166
4.4.1	Drie basiskennmerken van argumentatie	167
4.4.2	Voorbeelden van argumentatietypen	172
4.5	Het beoordelen van de argumentatie	186
4.5.1	Algemene evaluatiecriteria	186
4.5.2	Argument specifieke evaluatiecriteria	188
4.5.3	Drogredenen	193
4.5.4	Objectief en subjectief evalueren	195

- 4.6 Toepassing van argumentatieanalyse 196
 - 4.6.1 Methode 196
 - 4.6.2 Voorbeeld 198
- Literatuur 213

5 Narratieve analyse 215

José Sanders en Kobie van Krieken

- 5.1 Inleiding 216
- 5.2 Achtergronden van de narratieve analyse 217
 - 5.2.1 Begripsdefinitie 218
 - 5.2.2 Contextspecifieke functies van verhalen 220
- 5.3 Interactieve benadering: verhaalplot 224
- 5.4 Narratologische benadering: vertelling 227
 - 5.4.1 Temporele structuur 227
 - 5.4.2 Verteller 228
 - 5.4.3 Personages 229
- 5.5 Taal- en tekstwetenschappelijke benadering: tekst 229
 - 5.5.1 Tijdkenmerken 230
 - 5.5.2 Perspectief 231
 - 5.5.3 Citaten 235
- 5.6 Toepassing van narratieve analyse 238
 - 5.6.1 Methode 238
 - 5.6.2 Voorbeeld 240
- Literatuur 253

6 Genreanalyse 257

Wilbert Spooren en Ninke Stukker

- 6.1 Inleiding 258
- 6.2 Perspectieven op genres 261
 - 6.2.1 Taalwetenschappelijk perspectief: de systemisch-functionele taalkunde 263
 - 6.2.2 Sociologisch perspectief: *New Rhetoric* 264
 - 6.2.3 Gecombineerd taalwetenschappelijk en sociologisch perspectief: *English for Specific Purposes* 265
 - 6.2.4 Nieuwe wegen in het genre-onderzoek: een multidisciplinair perspectief 267
- 6.3 Kenmerken van genres 271
 - 6.3.1 Communicatieve doelen 271
 - 6.3.2 Inhoud 273
 - 6.3.3 Vormkenmerken 273
 - 6.3.4 Contextkenmerken 275
- 6.4 Voorbeelden van genres 277
 - 6.4.1 Het traditionele nieuwsbericht 278
 - 6.4.2 Het liveblog 279

6.5	Uitdagingen voor genreanalyse: genre-integriteit en variatie binnen genres	281
6.5.1	Het spanningsveld tussen conventie en creativiteit	282
6.5.2	Variatie onder invloed van contextkenmerken	283
6.5.3	Variatie door veranderingen in de genreconventies	286
6.5.4	Variatie door het mengen van genres	293
6.6	Toepassing van genreanalyse	293
6.6.1	Methode	293
6.6.2	Voorbeeld	294
	Literatuur	302
	Over de auteurs	307
	Register	309

Tekstanalyse behandelt zes methoden waarmee teksten geanalyseerd en geëvalueerd kunnen worden: functionele analyse, coherentieanalyse, retorische analyse, argumentatieanalyse, narratieve analyse en genreanalyse. Deze methoden helpen de lezer om te ontdekken hoe een tekst in elkaar zit en hoe deze beoordeeld kan worden. Elk hoofdstuk gaat in op een van de zes methoden en sluit af met een uitgebreide voorbeeldanalyse. We laten zo zien hoe je vanuit verschillende uitgangspunten met teksten aan de slag kunt.

Dit boek is primair bedoeld voor studenten letteren en communicatiewetenschap. Tegelijkertijd is het boek een waardevolle aanvulling voor iedereen die in de communicatiepraktijk met teksten bezig is. Het boek is op verschillende plekken in Nederland en België beproefd in het onderwijs. *Tekstanalyse* kan gebruikt worden als handboek voor een cursus. Bij het boek is gratis aanvullend oefenmateriaal beschikbaar via www.lerarencampus.nl. Om het materiaal te kunnen bekijken en gebruiken, heb je een (gratis) account op de Lerarencampus nodig. Op die website zijn ook de contactgegevens van de redacteurs te vinden. Docenten kunnen voor de uitwerkingen van de oefeningen de redacteurs benaderen.

In deze vijfde herziene editie zijn de voorbeeldanalyses bij de methoden vernieuwd; er worden recente teksten over actuele onderwerpen geanalyseerd. Daarnaast is de literatuur geactualiseerd en is het auteursteam aangevuld met Jos Hornikx en Jean Wagemans (argumentatieanalyse), Wilbert Spooren en Ninke Stukker (genreanalyse) en Yvette Linders (retorische analyse). De nieuwe auteurs hebben voortgebouwd op het werk van Elizabeth de Groot, Peter Jan Schellens, Uriël Schuurs en Gerard Verhoeven, die we hiervoor zeer erkentelijk zijn.

We willen alle auteurs van de verschillende hoofdstukken bedanken. Naast de al genoemde nieuwe auteurs zijn dat: Bé Breij, Lettica Hustinx, Kobie van Krieken en José Sanders. Een speciaal woord van dank aan onze voorgangers Peter Jan Schellens en Michaël Steehouder. Zij namen destijds het initiatief voor dit boek. We zijn zuinig op hun erfgoed. Tot slot willen we alle docenten bedanken die hun ervaringen met dit boek hebben willen delen.

Alle onvolkomenheden zijn uiteraard de onze. We blijven openstaan voor vragen, kritiek en verbeteringsuggesties van lezers en gebruikers.

Enschede en Tilburg
Joyce Karreman en Renske van Enschoot
februari 2023

Inleiding

Renske van Enschoot en Joyce Karreman

Een heel boek over het analyseren van teksten. Waarom eigenlijk? Leven we niet in een maatschappij waarin juist beeld steeds dominanter wordt en tekst een ondergeschikte positie inneemt? Een maatschappij waarin door allerlei technologische ontwikkelingen steeds vaker gecommuniceerd wordt via filmpjes, foto's, infographics en andere visuele middelen? Waarin de meeste reclame-uitingen vooral beeld en amper tekst bevatten? Waarin studenten studiestof tot zich nemen via filmpjes op YouTube?

Hoewel het belang van communicatie met behulp van visuele informatie niet onderschat moet worden, is een boek over tekstanalyse nog steeds waardevol. Informatieoverdracht via teksten blijft belangrijk, zeker als het gaat om instructie, opinievorming en gedragsbeïnvloeding. Bepaalde informatie is lastig over te brengen met beelden. Probeer maar eens met behulp van uitsluitend beelden de voor- en nadelen van de bio-industrie toe te lichten of uit te leggen hoe je een belastingformulier moet invullen. Bovendien hebben de technologische ontwikkelingen niet alleen geleid tot geavanceerdere mogelijkheden om meer met beeld te communiceren, deze ontwikkelingen hebben ook geleid tot nieuwe soorten tekst zoals liveblogs en tweets.

De focus op tekst betekent overigens niet dat afbeeldingen in dit boek geforceerd buiten beschouwing gelaten worden. Afbeeldingen bij teksten kunnen een rol spelen bij de analyse van die teksten. Het gaat ons echter in de eerste plaats om de analyse van de tekst.

Teksten zijn er in allerlei soorten en maten: kort en lang, geschreven en gesproken, op papier en digitaal. De definitie van het begrip *tekst* verschilt al naar gelang de theorie die aangehangen wordt. Een heel brede definitie van tekst is: elke communicatieve uiting, van een korte mondelinge groet tot een lang betoog op de opiniepagina's van een krant, van een boodschappenlijstje op papier tot een tweet van een politicus, van een gesprek tussen arts en patiënt tot een artikel in een online wetenschappelijk tijdschrift.

Het onderzoeksdomein van de *discoursanalyse* houdt zich bezig met al deze verschillende soorten uitingen. In bijvoorbeeld de boeken van Gee en Handford (2012), Renkema (2004), Schiffrin (1994) en Titscher et al. (2007) wordt dit brede onderzoeksgebied beschreven. In het laatstgenoemde boek wordt in het tweede hoofdstuk een mooi overzicht gegeven van de verschillende opvattingen van de begrippen *tekst* en *discourse*. Vásquez (2022) bespreekt *discourse* in een digitale context.

Wij beschouwen de tekstanalyse als een subdomein van de discoursanalyse. Tekstanalyse – in ieder geval in dit boek – houdt zich niet bezig met alle com-

municatieve uitingen, maar richt zich primair op geschreven, doelgerichte, zakelijke teksten die een interne samenhang vertonen (zie ook De Beaugrande & Dressler, 1981):

- Interne samenhang: een randvoorwaarde om aan een verzameling van zinnen (de meeste teksten bestaan uit meer dan één zin) de kwalificatie *tekst* te kunnen geven, is dat de afzonderlijke zinnen samenhang vertonen. De tekst als geheel moet een samenhangende betekenis hebben. Willekeurig aaneengeregen zinnen vormen nog geen tekst. De *coherentieanalyse* gaat verder in op de samenhang binnen een tekst.
- Geschreven: bijvoorbeeld geen voorgelezen nieuwsberichten in het journaal, onderzoekspresentaties of podcasts. We maken wel een uitzondering voor toespraken. Onze eerste reden hiervoor is dat de *retorische analyse* – een van de analysemethoden uit dit boek – voortkomt uit de klassieke retorica, die vooral om toespraken ging. De tweede reden is dat toespraken, anders dan andere gesproken tekst, meestal ook uitgeschreven verspreid worden. Bij de retorische analyse worden uitgeschreven versies van mondelinge redevoeringen bestudeerd; alleen met een schuin oog wordt gekeken naar de uitgesproken variant hiervan.
- Doelgericht: de teksten moeten ondubbelzinnig bedoeld zijn om bij de lezer een bepaald effect te bewerkstelligen dat meer is of verder gaat dan een emotie oproepen. We houden ons dus bijvoorbeeld niet bezig met een gedicht dat alleen wil emotioneren, maar bijvoorbeeld wel met advertenties, opinië artikelen en oproepen om een goed doel te steunen. De *functionele analyse* is een methode om systematisch in kaart te brengen welke doelen een tekst nastreeft en op welke manier dat gebeurt.
- Met het voorgaande hangt samen dat het hier gaat om zakelijke teksten, die voor meer personen bedoeld zijn en die niet alleen in een privé situatie gebruikt worden. We houden ons niet bezig met bijvoorbeeld boodschappenbriefjes die alleen dienen als geheugensteuntje voor de schrijver ervan of met een WhatsApp bericht verstuurd naar een vriendin, maar wel met bijvoorbeeld een tweet van een politicus aan al zijn of haar volgers.

Nu we hebben afgebakend welke teksten geanalyseerd kunnen worden met de methoden uit dit boek, is de volgende vraag wat we precies verstaan onder *tekstanalyse*. Bij tekstanalyse kijken een of meer beoordelaars aandachtig, met gezond verstand en volgens een bepaalde systematiek naar een of meer teksten: hoe zitten ze in elkaar; wat is de logica achter hun opbouw, vorm en inhoud? En ook: hoe kunnen de teksten geëvalueerd worden; zitten ze goed in elkaar; wat kan eraan verbeterd worden? Specifieke *analysemethoden* geven de beoordelaars vervolgens houvast om hun analysetaak systematisch te kunnen aanpakken, hun waarnemingen te kunnen weergeven en de analyseresultaten van verschillende teksten dan wel beoordelaars te kunnen vergelijken.

De methoden in dit boek hebben alle in eerste instantie een *kwalitatieve* insteek; het doel is om gedetailleerde, rijke informatie te krijgen over één of slechts enkele teksten. Er bestaan ook *kwantitatieve* onderzoeksmethoden, waar-

mee gezocht wordt naar meer oppervlakkige patronen in grote aantallen teksten (zie daarvoor bijvoorbeeld Neuendorfs (2016) handboek over inhoudsanalyse). Het doel van de onderzoekers is dan vaak om algemene conclusies te kunnen trekken over de inhoud, stijl of structuur van dat soort teksten. Je kunt hierbij denken aan een inhoudsanalyse van een groot aantal nieuwsberichten in verschillende jaargangen van kranten om te kijken of de toon van de nieuwsberichten in de loop van de tijd is veranderd.

De analysemethoden in dit boek zijn *expertgerichte* methoden, het zijn hulpmiddelen voor experts om inzicht te krijgen in een tekst. Het zijn geen *lezergerichte* methoden waarmee onderzocht wordt welk effect de tekst heeft op de lezers: waarden of begrijpen ze de tekst, raken ze overtuigd van de standpunten in de tekst? Bij lezergerichte methoden wordt lezers gevraagd naar bijvoorbeeld hun mening over of hun begrip van de tekst om zo de effectiviteit van teksteigenschappen te onderzoeken. Voorbeelden hiervan zijn onderzoek naar hoe mensen reageren op metaforen in advertenties en onderzoek naar welke informatiesoorten in gebruiksaanwijzingen zorgen voor meer begrip van de instructies.

De methoden die in dit boek behandeld worden, leiden dus niet direct tot kennis over hoe lezers op de tekst zullen reageren. Aan de hand van een tekstanalyse kun je wel beredeneerd *speculeren* over de effectiviteit van een tekst. Als de samenhang in een tekst bijvoorbeeld ver te zoeken is, is te verwachten dat lezers veel moeite zullen hebben om deze tekst te begrijpen. Dergelijke verwachte effecten kunnen in empirisch lezergericht onderzoek worden bevestigd, genuanceerd of zelfs ontkracht.

Waarom is het voor mensen die zich in studie of praktijk met tekst en communicatie bezighouden van belang om tekstanalyse in hun gereedschapskist te hebben? Allereerst helpt tekstanalyse je om grip te krijgen op teksten. Om *inzicht* te krijgen in hoe ze in elkaar zitten. Alleen dat al is van toegevoegde waarde. Daarnaast helpt tekstanalyse om een goed onderbouwd *oordeel* te geven over een tekst. Tekst- en communicatiewetenschappers en professionals op dit gebied wordt (terecht) vaak gevraagd naar hun mening over een tekst. Leken hebben zelf misschien wel het idee dat er iets schort aan een tekst ('hij loopt niet lekker') maar kunnen niet de vinger leggen op wat er nou precies mis mee is. Tekstanalyse geeft de handvatten om de stap te zetten van een intuïtief gevoel naar een beredeneerd oordeel over een tekst. Het kan zelfs zo zijn dat tekstanalyse gebreken opspoorde die je in eerste instantie niet ziet; bij nader inzien blijkt een tekst bijvoorbeeld minder samenhangend te zijn dan je in eerste instantie dacht. Daarnaast reikt tekstanalyse een begrippenapparaat en argumenten aan waarmee je een redelijke discussie kunt voeren over de kwaliteit van een tekst.

Een beredeneerd oordeel over een tekst hoeft niet het eindpunt te zijn van een tekstanalyse. Er kunnen ook *verbetersuggesties* geformuleerd worden. Dankzij tekstanalyse kun je komen tot een tekst die beter aansluit bij zijn doelen, meer samenhang vertoont, potentieel overtuigender is, et cetera.

Verder is tekstanalyse bruikbaar om divers lezergericht onderzoek voor te bereiden. Tekstanalyse kan helpen bij de opzet van *pretests* van teksten voor een groot publiek. Voordat je zo'n tekst voorlegt aan een selectie van mensen uit de doelgroep, kun je met behulp van tekstanalyse bepalen hoe je de tekst precies wilt onderzoeken: naar welke delen of eigenschappen van de tekst wil je de lezers laten kijken? Daarnaast worden teksten, zoals eerder vermeld, in veel sociaalwetenschappelijk onderzoek gebruikt als onderzoeksmateriaal, bijvoorbeeld in kwantitatieve inhoudsanalyses of experimenten. Tekstanalyse kan helpen bij het operationaliseren van tekstvariabelen. Als je bijvoorbeeld een inhoudsanalyse wilt doen om te onderzoeken of de berichtgeving over gezondheids crises in de laatste jaren veranderd is, kan tekstanalyse je helpen bij het vaststellen van de relevante tekstkenmerken waarnaar je op zoek moet.

Tot slot helpt tekstanalyse om betere teksten te schrijven, ook al is dit boek niet gericht op tekstproductie. Toch helpen kennis van de begrippen uit dit boek en ervaring met het analyseren van meer of minder geslaagde teksten om van je tekst een functioneel, samenhangend geheel te maken, om goed gedoseerd de juiste, aanvaardbare overtuigingsmiddelen in te zetten en om genreconventies en creativiteit hand in hand te laten gaan.

In dit handboek worden zes analysemethoden besproken waarmee teksten geanalyseerd kunnen worden. De methoden zijn zowel *descriptief* (ze beschrijven eigenschappen van teksten) als *normatief* (ze geven criteria voor aanvaardbare en/of goede teksten). Wij denken dat dit methoden zijn die in de gereedschapskist thuishoren van iedereen die voor een studie of in de communicatiepraktijk met teksten bezig is.

- De *functionele analyse* richt zich op de afstemming van de inhoud van een tekst op de doelen (functies) en doelgroep(en) van deze tekst.
- De *coherentieanalyse* maakt duidelijk hoe samenhangend een tekst is en welke middelen gebruikt worden om die samenhang duidelijk te maken.
- De *retorische analyse* – voortkomend uit de klassieke retorica – richt de aandacht op het brede scala aan overtuigingsmiddelen die schrijvers (en sprekers) kunnen inzetten.
- De *argumentatieanalyse* laat zien hoe standpunten onderbouwd worden door argumenten en richt zich ook op de aanvaardbaarheid, relevantie en toereikendheid van de argumenten.
- De *narratieve analyse* maakt duidelijk hoe gebeurtenissen worden weergegeven vanuit het persoonlijke perspectief van vertellers.
- De *genreanalyse* tot slot laat zien in hoeverre teksten al dan niet voldoen aan bepaalde (tijd- en cultuurgebonden) conventies en gaat ook in op de invloed daarvan op de communicatieve effectiviteit van de tekst.

De zes analysemethoden in dit boek focussen op verschillende aspecten van een tekst en vullen elkaar aan. Het zijn zes verschillende uitgangspunten van waaruit naar een tekst gekeken kan worden. Tegelijkertijd overlappen de methoden elkaar ook geregeld.

Laten we eerst kijken naar de *tekstgenres* die geanalyseerd kunnen worden met de verschillende methoden. De retorische analyse en de argumentatieanalyse richten zich alleen op betogende genres; de teksten moeten (deels) bedoeld zijn om mensen ergens van te overtuigen. De retorische analyse brengt hierbij het hele arsenaal aan persuasieve middelen in kaart (Welke structuur heeft een toespraak? Welke stijlmiddelen worden gebruikt? Hoe wordt het standpunt verwoord? Hoe probeert de spreker aannemelijk te maken dat hij deskundig is?). De argumentatieanalyse richt zich op een van deze persuasieve middelen: de argumentatie, die bij de retorische analyse onder *logos* besproken wordt. De functionele analyse, coherentieanalyse, narratieve analyse en genreanalyse zijn breder toepasbaar op allerlei genres, waarbij voor de narratieve analyse uiteraard wel geldt dat de tekst narratieve elementen moet bevatten.

We kunnen de analysemethoden ook met elkaar vergelijken door te kijken naar de *kenmerken* waar de methoden zich op richten. De genreanalyse is de breedste analysemethode van allemaal. Deze richt zich op het doel, de inhoud, de structuur, het taalgebruik én de lay-out van een tekst. Het is hierom dan ook dat de genreanalyse het laatste hoofdstuk in dit boek is; de kennis van de eerder besproken methoden helpt bij het zich eigen maken van de genreanalyse. Ook de retorische analyse en de narratieve analyse bestrijken een breed scala aan tekstkenmerken: doel, inhoud, structuur en taalgebruik. De functionele analyse gaat in op doel en inhoud van een tekst. De argumentatieanalyse en de coherentieanalyse zijn dan weer veel specifieker en richten zich respectievelijk alleen op de inhoud van de tekst en op het taalgebruik.

Tot slot verschillen de analysemethoden in de rol van de *context*, van de *communicatieve situatie* van de tekst. De argumentatieanalyse en de coherentieanalyse richten zich voornamelijk op de tekst in isolatie. Er is weinig aandacht voor de context. In de andere methoden speelt de communicatieve situatie wel een rol. De functionele analyse en genreanalyse betrekken nadrukkelijk niet alleen de tekst in de analyse, maar ook de zender en de doelgroep ervan, en de overkoepelende doelstellingen van de schrijver of organisatie. Bovendien wordt bij een genreanalyse een vergelijking gemaakt met andere teksten binnen hetzelfde genre. Bij de narratieve analyse is de communicatieve situatie ook van belang, omdat in de ene situatie meer narratieve elementen mogelijk zijn dan in de andere en het doel van deze elementen per situatie verschilt. Ook bij de retorische analyse speelt de communicatieve situatie een rol: het gaat hierbij om de passendheid van de ingezette persuasieve middelen bij de communicatieve situatie (spreker, publiek, setting, et cetera).

Overeenkomsten en verschillen tussen de zes analysemethoden

	Tekstgenres	Kenmerken	Rol context
Functionele analyse	Allerlei	Doel, inhoud	Ja: zender, doel en doelgroep
Coherentieanalyse	Allerlei	Taalgebruik	Nee
Retorische analyse	Betogende redevoeringen	Doel, inhoud, structuur, taalgebruik	Ja: passendheid bij communicatieve situatie
Argumentatieanalyse	Betogende	Inhoud	Nee
Narratieve analyse	Allerlei, mits narrative elementen	Doel, inhoud, structuur, taalgebruik	Ja: passendheid bij communicatieve situatie
Genreanalyse	Allerlei	Doel, inhoud, structuur, taalgebruik, layout	Ja: zender, doel, doelgroep en andere teksten

Welke analysemethode je ook gebruikt, tekstanalyse helpt je om teksten beter of misschien zelfs anders te gaan zien. Je kunt een tekst zien als één groot geheel. Maar bij nadere analyse zie je meer: de verschillende onderdelen van een tekst, en hoe deze met elkaar samenhangen. Pas dan zie je aspecten die je in eerste instantie – bij globale inspectie – niet of nog maar vaag zag.

LITERATUUR

- De Beaugrande, R., & Dressler, W. (1981). *Introduction to text linguistics*. Longman.
- Gee, J. P., & Handford, M. (Red.) (2012). *The Routledge handbook of discourse analysis*. Routledge.
- Neuendorf, K. A. (2016). *The content analysis guidebook* (2e editie). Sage.
- Renkema, J. (2004). *Introduction to discourse studies*. Benjamins.
- Schiffrin, D. (1994). *Approaches to discourse*. Blackwell.
- Titscher, S., Meyer, M., Wodak, R., & Vetter, E. (2007). *Methods of text and discourse analysis*. Sage.
- Vásquez, C. (Red.) (2022). *Research methods for digital discourse analysis*. Bloomsbury.

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 kan bereiken;
- 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 Clipper in tijdschrift Boodschappen

THE TASTIEST WAY TO CHANGE THE WORLD

CLIPPER fresh citrusy zing
LEMON ORGANIC GREEN TEA
 20 BAGS OF LEMON ORGANIC GREEN TEA
 5g

CLIPPER organic lemon & ginger
LEMON & GINGER ORGANIC INFUSION
 20 BAGS OF LEMON GINGER ORGANIC INFUSION
 5g

PROBEER NU!

Bij Clipper geloven we dat elke kop thee telt. Elk kopje dat je drinkt, betekent dat we het goede kunnen blijven doen om de mens en de planeet te ondersteunen. Daarom zijn al onze producten gemaakt met pure, natuurlijke ingrediënten en een zuiver geweten. Ook zijn alle nieuwe theesmaken die we ontwikkelen biologisch! Lees verder op onze website www.clipper-teas.nl.

CLIPPER
 FOR GENERATION TEA

Bovenstaande advertentie stond in het najaar van 2021 in Boodschappen, een gratis tijdschrift dat door een aantal supermarktketens verspreid wordt. Er staan recepten in en informatie over de producten die bij deze supermarkten

verkocht worden. In deze advertentie prijst Clipper verschillende soorten thee aan. Niet zomaar thee, maar biologische thee die met “een zuiver geweten” gemaakt is. Deze advertentie is waarschijnlijk bedoeld om de lezers ertoe te brengen een of meer van deze pakjes thee 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 probeert te bereiken met een tekst, zoals een advertentie, 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 thee, 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 Boodschappen en op een advertentie lijkt. Het is dan logisch om te veronderstellen dat Clipper met deze tekst wil bereiken dat de lezers thee zullen kopen om er zo voor te zorgen dat dit bedrijf uiteindelijk meer winst maakt. Om dit doel te kunnen bereiken, zullen de lezers er in de eerste plaats van op de hoogte moeten zijn dat de thee bestaat. Verder zullen ze ervan overtuigd moeten worden dat deze thee lekker is en verantwoord geproduceerd wordt, en moeten ze ertoe worden aangespoord de thee 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 alle benodigde informatie in de tekst staat 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. De functionele analyse is daarmee een methode die je relatief snel inzicht geeft in de vermoedelijke effectiviteit van een tekst.

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.