**Samenvatting boek ‘Retorische Kritiek’**

**H1**

*~ 1.1*

Het boek zal voornamelijk de volgende betogen behandelen:

1. Gerechtelijke pleidooien
2. Politieke redes
3. Gelegenheidstoespraken

Het draait om retoriek (=de retorische middelen die worden ingezet om een tekst doel- en publiekgericht te maken). Deze zijn bij een betoog overtuigingsmiddelen. Hierbij zullen de middelen onderzocht worden waarmee aandacht, begrip en aanvaarding opgewekt wordt.

De belangrijkste retorische eigenschappen zijn ***boeiendheid, duidelijkheid en aannemelijkheid.*** De retorica is de theorie achter de retoriek. Retorica is de leer van de welsprekendheid en geeft adviezen voor alle aspecten van een tekst die retorisch relevant zijn: ***inhoud, ordening, verwoording en presentatie.***

Een goede retoricus moet dus de stijlmiddelen herkennen die ingezet worden middels een analyse, maar ook in kunnen schatten hoe overtuigend die middelen op mensen gaan werken.

* De hoofdlijn zal dus bestaan uit Quintilianus’ inhoud, ordening, verwoording en presentatie. Naast deze hoofdlijn zal Aristoteles’ ethos, pathos, logos én karakter, emotie, argumentatie gebruikt worden als voorbeeld van overtuigingsmiddelen. Ook de vier stijldeugden: passendheid, aantrekkelijkheid, duidelijkheid en correctheid komen voor.

De retoriek is ontstaan doordat men in de oudheid ging betogen, anderen dit afkeken en vervolgens hier regels op baseerden. Veel van de hedendaagse retorica is hier ook op gebaseerd. Het nadeel is alleen dat de theorie uit de oudheid soms vaag of intuïtief is, maar het is wel een belangrijke basis om de retorica te begrijpen.

*~ 1.2*

Je moet betogen altijd in de context plaatsen: wie zegt het, wanneer, tegen wie en in welk medium. De klassieke retorica is gebaseerd op een driehoeksverhouding: twee partijen en een beoordelende instantie. Het baseert zich hiermee op **gerechtelijke situaties** (= genus iudiuale - aanklager, rechter en beschuldigde), **politiek overleg** (= genus deliberativum - mensen die een voorstel doen en voors en tegens leveren, maar hierin zijn de rollen niet zo duidelijk te scheiden) én **gelegenheidssituaties** (= genus demonstrativum - begrafenis bijvoorbeeld 🡪 ook hier zijn de rollen niet goed te herkennen, maar wordt niet de argumentatie maar de spreekvaardigheid van de toespreker beoordeelt door de luisteraar als iets waar men trots op kan zijn of zich voor kan schamen).

De meeste hedendaagse tekstuele uitingen zijn volgens deze drie klassieke voorbeelden te analyseren en ernaar terug te herleiden. Enkel reclame wijkt sterk af door de vele aandachtstrekkers, maar ook reclame gebruikt retorische middelen.

*~ 1.3*

In ieder geval moet bij iedere overtuiging aan drie zaken voldaan worden:

1. Aandacht vasthouden en trekken (aandacht)
2. De tekst moet begrijpelijk zijn (begrip)
3. De tekst moet te volgen en aanvaardbaar zijn (aanvaardbaar)

De moeite om hieraan te voldoen verschilt per situatie (afhankelijk van de voorkennis van de lezer, de lengte van de tekst etc.)

🡪 de problemen bijvoorbeeld. Bij aandacht: tekst is te lang, men is niet volledig geïnteresseerd of er komt iets spannender voorbij. Bij begrip: een minimale taalbasis en voorkennis zijn vaak nodig om een argument goed te begrijpen. Daarom is voldoende uitleg, eenvoudige taal en een heldere opbouw van belang om begrip te krijgen. Bij aanvaarding: dat komt pas echt tot stand als iemand door een argument overtuigd is, maar inspelen op gevoelens is ook van belang om mensen snel te overtuigen.

Dit is echter gebaseerd op ideale situaties (=een situatie waarin de personen tot wie het betoog gericht is ideale beoordelaars zijn met een goede en eerlijke aandachtspanne 🡪 is meestal enkel in de wetenschap of het gerecht zo). Reële situaties zijn dat men overtuigd wordt door aandachtstrekkers in reclame bijvoorbeeld, in plaats van argumenten.

Het boek is opgebouwd volgens ***de leer van de taken van de redenaar:***

1. ***Inhoud*** *(= inventio - het zoeken van inhoud voor het bepalen van het standpunt, en argumenten maken)*
2. ***Ordening*** *(=dispositio - het verwerken van inhoud in een overtuigende volgorde van zwak of sterk argument of andersom)*
3. ***Verwoording*** *(= elocutio - verwoording van de geordende inhoud in adequate stijl)*
4. ***Presentatie*** *(=actio - het mondeling presenteren van de verwoorde inhoud)*

**H2 – Retoriek van de inhoud**

*~2.1*

De klassieken onderscheiden twee soorten middelen bij de retoriek van de inhoud: 1. Argumentatieve middelen (=standpunt en argumenten) 2. Niet-argumentatieve middelen (=inleidende of afsluitende opmerkingen, achtergrondinformatie en irrationele persuasiemiddelen ethos (=indruk die de schrijver maakt), pathos (=opgewekte emoties bij het publiek) met inbegrip van humor.

*~2.2*

Binnen retorische situaties vallen twee typen standpunten te onderscheiden: 1. Standpunten waarmee de partij opent. 2. Standpunten die de andere partij daar tegenover kan plaatsen.

Dit ziet er bij een gerechtelijke situatie als volgt uit:

Je hebt een aanklager die pleit schuldig, vervolgens wordt dit standpunt beargumenteert en weerlegt de andere partij dit standpunt weer. Allerlaatst beslist de rechter de uitkomst. Er zijn vier **posities/staseis** die dan gekozen kunnen worden door de beschuldigde:

1. Ontkennen
2. Toegeven, maar de daad anders of lichter omschrijven
3. Rechtvaardigen, of verontschuldigen voor de toegegeven daad op grond van verzachtende omstandigheden
4. Op en procedurefout beroepen.

🡪 dit is een systeem van het behalen van maximale winst 🡪 de houdingen/staseis nemen wel af naar mate je verder naar onderen gaat. In principe kunnen alle vier ingezet worden en de rechter moet van alles een overweging maken. Ook op basis van de bewijslast die tegen de verdediger wordt aangeleverd. Tegenwoordig heten deze punten vaak vaste discussiepunten of standaardgeschilpunten.

Bij een politieke gelegenheid ziet dat er als volgt uit:

Beleidsdaad x moet verricht worden dus iemand dient een voorstel in. Vervolgens beargumenteert iemand dit voorstel. Daarna krijgt de tweede partij de kans om dit voorstel te weerleggen. Als laatste wordt er door de vergadering gestemd of het voorstel wordt aangenomen.

De volgende vier posities kunnen aangenomen worden door de verdediging (standaardgeschilpunten of stock issues):

1. Er is geen serieus probleem dat om een oplossing vraagt
2. Het eventueel bestaande probleem is niet inherent aan het huidige beleid, dus er kan met een kleine bijstelling aan voldaan worden
3. Mocht er al een probleem opgelost moeten worden, dan zal dat met het ingediende voorstel niet lukken. Het is niet uitvoerbaar of doeltreffend. Men kan hier een tegenvoorstel aanleveren.
4. Maar zelfs als het voorstel een echt probleem oplost dan nog moeten we het niet aannemen want het heeft doorslaggevende nadelen. Of het tegenvoorstel heeft minder nadelen.

Ook hier moeten de stemmers alles in ogenschouw nemen: de verdedingslinie en de bewijslasten van de indiener.

Bij een gelegenheidssituatie komt alleen een partij aan het woord. De moet over de besprokene lovenswaardig (eigenschappen of gedrag) spreken. Ook hier levert de spreker bewijslast aan en moet hij de verrichte omstandigheden ‘bewijzen’. Maar hier komen amplificatieargumenten bij kijken: argumenten die vergrotend werken door bijvoorbeeld op de uniekheid of uitzonderlijkheid van de situatie te wijzen.

Moderne varianten hierop zijn bijvoorbeeld een voorstel (kun je tegenvoorstel doen of onuitvoerbaarheid uitleggen) of reclames. Recensies zijn een voorbeeld van een gelegenheidssituatie van lof bijvoorbeeld.

Je hebt twee soorten standpunten:

1. Zijnsoordeel standpunt (=een bewering wordt gedaan over een stand van zaken in de werkelijkheid) 🡪 dit kan bewezen en nagekeken worden. Het zijn vaak feitelijke uitspraken, maar het betreft ook onzekere feiten (zoals over een verwachting van de huurcijfers of jaarcijfers etc.)

Dit soort oordelen kun je onderbouwen middels empirisch onderzoek of tekenargumenten (ik heb hem gezien).

1. Waardeoordeel standpunt (= een bewering over een persoon of zaak wordt beoordeeld) 🡪 deels feitelijk (vaktermen, stijl etc. beoordelen met smaak)

Hierin heb je subtypen **evaluerende oordelen** (=statisch, drukken een waardeoordeel uit over een bestaande toestand over hoe iets of iemand is 🡪 vaak gebruik je woorden als mooi) en **appellerende oordelen** (=dynamisch, ze roepen op tot het creëren of veranderen van een toestand 🡪 vaak gebruik je woorden als moeten)

*~2.3*

Als het standpunt is ingenomen komen de weerleggingen. Deze moet je volgens de klassieken vergaren op vindplaatsen (topos/topoi). Per type standpunten is een vaste type weerlegging door de klassieken opgesteld. Zo komt men bij een proces vaak met een alibi. Of een analogieargument kan werken bij voorstellen: een bewijs opvoeren van een plek waar het voorstel wel al werkt. Er is dus een lijst met vaste weerlegtypes, maar hiervoor moet je wel de kennis vinden om het weerlegtype te vullen: je kan wel een analogie argument opvoeren, maar je moet dan ook weten waar het voorbeeld zo goed werkt op welke plek voor hoe lang.

Een lijst met argumentatiesoorten die alleen bij bepaalde type standpunten passen:

1. Argumentatie op basis van waarschijnlijkheid: op basis van tekens (je hebt iemand gezien/ er zijn tekens die er op wijze) en causaliteit (er zijn oorzaken of redenen om dit aan te nemen). 🡪 geschikt bij feitelijke standpunten 🡪 causale argumenten zijn beter dan vermoedens dat je iets hebt gezien of vernomen. Het hangt meer samen op redengevende samenhang dan een mix van vaststaande en vermoede feiten.
2. Argumentatie op basis van waarden: op basis van positieve of negatieve eigenschappen; op basis van voor- of nadelige gevolgen: Een standpunt is aannemelijk als aangevoerde voor- en nadelen of positieve en negatieve eigenschappen aanwezig zijn die het oordeel rechtvaardigen. 🡪 Argumentaties op basis van waarden ontlenen hun overtuigingskracht aan de samenhang tussen positief of negatief gewaardeerde eigenschappen of gevolgen én evaluerende en appellerende oordelen. Hierbij kan een amplificatie (versterkend) argument ingezet worden om de situatie nog beter of slechter te maken.

Een lijst met argumentatiesoorten die bij alle typen standpunten van pas komen:

1. Argumentatie op basis van **analogie** (vergelijking van gevallen): Als iets in het ene geval geldt, geldt dat ook voor het andere geval. (soms wordt een bekend, maar soms een verzonnen situatie aangeleverd). Je hebt ook vergelijkingen die niet aller waarschijnlijkst zijn (a fortiori), bijvoorbeeld ‘als de god het niet kan, dan ik ook niet’.
2. Vergelijking op basis van voorbeelden (generalisatie): Als er meerdere voorbeelden gegeven kunnen worden, dan geldt iets in het algemeen. Het verschil met een vergelijkingsargument is dat een voorbeeldargument voor een grote generalisatie inhoudt, dus voor een grote groep waar het voor geldt.
3. Argumentatie op basis van gezag: als een gezaghebbende bron iets verklaard heeft, dan geldt dit als juist. Ook boeken of geschriften als de bijbel of autoriteiten kunnen bronnen van gezag zijn.

Na het vinden van argumenten moeten ze ook aan de volgende vier voorwaarden getoetst worden:

1. Geschiktheid, past het argument bij het type standpunt
2. Toepasbaarheid, er mogen geen redenen zijn waarom het argument, al is het van het goede type, in dit bijzondere geval niet opgaat. Voorbeelden in vergelijkingen moeten representatief zijn, en behoeven deskundigheid en onpartijdigheid. Bij causaliteit moet de oorzaak gevolg er ook echt zijn.
3. Feitelijke correctheid, de feiten waarnaar verwezen wordt, moet kloppen
4. Voldoende gewicht, het argument moet zwaarwegend genoeg zijn om het standpunt te dragen.

🡪 op deze punten let je ook als je iemand wilt weerleggen, want hier kun je op in haken. In principe kun je de bestaande argumenten onderuithalen, maar je kan ook tegengestelde standpunten innemen en deze toelichten. Enerzijds kun je dus **bekritiseren van de aangevoerde argumentatie** (=een van de vier voorwaarden is niet gehaald en dat maak je duidelijk) of **tegenstelling beargumenteren.**

*~2.4*

Bij ideale situaties heeft een redenaar alleen standpunten en argumenten nodig om iemand te overtuigen (logos). Echter, dat is niet reeël: men raakt afgeleid, heeft onvoldoende achtergrondkennis of iq etc. Ook is het afhankelijk van beïnvloedingsmiddelen: ethos en pathos. Met **ethos** wordt de indruk bedoelt die de spreker maakt, met **pathos** de gevoelens die hij bij het publiek opwekt. Deze middelen kunnen dus de redelijke oordeelsvorming misvormen door op het gevoel in te spelen.

Volgens Aristoteles heeft ethos het meest effect van de drie middelen (ethos, pathos, logos). Het wordt het meest in de politiek gebruikt. We nemen het standpunt van de spreker niet aan omdat zijn argumenten goed zijn, maar omdat hij het zegt (een gezagsargumentatie waarbij de spreker zelf het gezag is). Het is niet dat een spreker zelf al heeft, maar iets dat het publiek hem toeschrijft: het is een opgebouwde reputatie o.a. Volgens Aristoteles kon het alleen tijdens de rede ontstaan, maar tegenwoordig is de reputatie van tevoren al bekend bij het publiek. Bij die toeschrijving van ethos gaat het publiek op 3 deelindrukken af en op de wijze hoe de spreker het zegt:

1. Deskundige (=hij heeft er verstand van, dit laat hij zien door over zichzelf en over het onderwerp uitvoerig te spreken 🡪 dit overlapt deels met logos, omdat je als spreker goede argumenten moet aanleveren dat je over die kennis beschikt)

2. Eerlijke (=hij is te vertrouwen, dit laat hij zien door kritisch op zichzelf en argument te zijn 🡪 de spreker is ook niet perfect)

3. Ons welgezinde (=hij heeft ogen voor de belangen van het publiek, dit bereikt de spreker door over zichzelf, het onderwerp te vertellen en te vertellen wat het publiek en de spreker bindt)

Deze ethos kan de spreker gebruiken om zichzelf in een goed daglicht te zetten, maar ook om de ander in een slecht daglicht te zetten en het op de man te spelen waar iemand niet aan voldoet, een persoonlijke aanval dus (argumentum ad hominem).

Pathos is iets dat in rechtszaken veelgebruikt wordt. De twee hoofdemoties die worden opgewekt zijn **verontwaardiging (haat, woede en afkeer) en medelijden (liefde, mildheid en sympathie).** Aristoteles vond dat men bij het opwekken van emoties in drie invalshoeken moet denken:

1. Goed om te denken welke soort personen de beoogde gevoelens gewoonlijk oproepen (dus hoe sta jij tegenover de beoordelaar: even oud, als gelijke in het geval van de aangeklaagde en als een persoon van afkeer voor de aanklager)

2. De spreker moet zich verplaatsen in degene die het beoogde gevoel moeten gaan koesteren (kunnen zij wel emoties opwekken en waarom? Hebben ze hetzelfde meegemaakt)

3. de spreker moet nagaan welke dingen emoties oproepen (armoede, ouderdom, ziekte etc wekken bijvoorbeeld medelijden op).

Hierbij zijn ook enkele amplificatieadviezen: 1. Wijs erop dat velen lijden onder de daad 2. Wijs op de aard van de daad 3. Schilder de afschuwelijke details van het misdrijf.

**Ook wijzen op tijd en plaatsgebondenheid werkt goed om emoties op te wekken bij de luisteraars.**

Een andere manier om in moderne manieren (Reclame en voorlichting) emoties op te wekken is middels **fear appeal** (het aanjagen van angsten). En **humor.** Bij humor heb je diverse soorten (voorbereide/thuis humor vs. Spontane humor, verbale (kwestie van taalgebruik) vs. Inhoudelijke humor (gaat over de inhoud waarover je spreekt)

**Pathos en ethos zijn dus naast een inhoudelijk middel, vooral een stijlmiddel en voordracht middel ter overtuiging!!**

In de kern van het betoog plaats je de argumenten die van belang zijn voor de aanvaarding van het standpunt. Je hebt echter een in- en uitleiding nodig om begrip of kennis voor de standpunten over te dragen. Deze warmen de lezer namelijk op voor het betoog.

Een inleiding moet aan het volgende voldoen:

1. Aandacht trekken (door aan te geven dat iets ongebruikelijks volgt of dat de informatie van belang is voor het publiek 🡪 denk aan een paradoxale of uitdagende openingszin, anekdote, persoonlijke ervaring, verwijzing naar de actualiteit, concretisering via een voorbeeld, vergelijking of opvallend detail)
2. Begrip mogelijk maken (onderwerp aangeven, vraagstelling of het geschilpunt formuleren, het standpunt als stelling voorop plaatsen, ook soms doel en methode of opmerkingen over de aanleiding).
3. Aanvaarding bereiken – welwillend stemmen van het publiek. (je bezorgt hier jouzelf een positieve en je opponent een negatieve ethos, in de wetenschappelijke betogen beschrijf je hier het doel en de methode om te overtuigen dat jij het lezen waard bent).

Een slot moet aan het volgende voldoen:

1. Een recapitulatie van de belangrijkste argumenten
2. Een laatste emotioneel appel op de rechters

Je speelt vaak in op de emotie, of je geeft ter overtuiging aan waar jouw onderzoek nog aan mankeert zodat je vertrouwen en overtuiging wint.

Naast een inleiding en slot doen achtergrondinformatie en beschrijving van begrippen ook goed voor de overtuiging van je standpunten.

Hoe analyseer je het nu?

* Je beoordeelt de retorische situatie
* Je beoordeelt de rol van de betoger
* Zoek de vaste inhoudelijke elementen in de tekst
* Zoek de argumentatieve middelen: standpunten, substandpunten en stel vast tot welke type ze behoren (feitelijk of waarde) of welke soort het is (waarschijnlijkheid/tekens, causaliteit, analogie, gezag of voorbeelden)
* Zoek de niet-argumentatieve middelen: ethos, pathos, humor, inleiding en slot.

Begrippen:

* **Toop:** vindplaats van een argument of niet argumentatiefelement 🡪 alle adviezen of richtlijnen om welke vaste inhoudelijke opmerking dan ook.
* **Topieken**: lijstje van bijeenhorende topen (twee vormen 1. Zoals w’tjs een lijst waar altijd aan voldaan moet worden 2. Een reeks gezichtspunten waarvan er een aantal aanwezig zijn, bijvoorbeeld welwillend stemmen via een verwijzing naar zichzelf, maar niet de tegenpartij).
* **Syllogisme**: bestaat uit 2 premissen en een conclusie (alle mensen zijn sterfelijk, socrates is een mens, dus socrates is sterfelijk). Vaak wordt de algemene premisse (in dit geval alle mensen zijn sterfelijk) in een argument achterwege gelaten en wordt de conclusie vaak het standpunt dat vooropstaat 🡪 dan wordt het een **enthymeem.**
* **Functies argumentatieve toop:** 1. Afleidingsregel (het is logisch door de redenering om uit het een het ander af te leiden) 2. Zoekformule (om tot een specifieke invulling van het argument te komen moet men zich in het onderwerp verdiepen, de toop geeft de zoekrichting aan). Een niet argumentatieve toop verschilt op deze functie omdat het niet de afleidingsregel kent: je kan geen standpunt afleiden aan de houdingen, maar wel de vindplaats van de toop zoeken (iemand wil woede opwekken met pathos bijvoorbeeld).
* **Klassieke termen verdedigingslinies in strafzaken:** status coniecturalis (feitelijke status), status definitivus (omschrijvingsstatus), status qualitatis (strafuitsluitingsstatus), status translativus (procedurele status).

**H3 – De retoriek van de ordening**

*~3.1*

Nadat de redenaar de inhoud van de rede heeft gevonden, moet hij deze ook zo goed mogelijk ordenen. Dit gebeurt vaak volgens de nestoriaanse ordening: op het begin en aan het eind zitten de sterkste argumenten, in het midden de zwakkere.

Er bestaan vier mogelijkheden voor het rangschikken van de inhoudselementen:

1. Toevoeging
2. Weglating
3. Verplaatsing
4. Vervanging

*~3.2*

Een klassieke opbouw/ordening (dispositio) van een strafordening als aanklager:

1. **Exordium** (inleiding): aandacht trekken, begrip mogelijk maken, welwillend stemmen
2. **Narratio** (verhaal/uiteenzetting van het misdrijf): chronologische behandeling wie wat waar wanneer
3. **Propositio** (stellingname): tenlastlegging of hoofdstandpunt van het betoog
4. **Partitio** (aankondiging indeling): opsomming van de hoofdonderdelen van de argumentatie
5. **Argumentatio** (argumentatie): bestaat uit **confirmatio** (bewijsvoering voor het hoofdstandpunt middels de topen en tekens van het vorige hoofdstuk dus motief, middelen of tekenargument) en **refutatio** (weerlegging van het verweer van de partij)
6. **Digressio** (uitweiding): een algemene beschouwing over de verderfelijkheid van het onderhavige type misdaad, los van de specifieke zaak. Het is dus een algemene schets in de maatschappij.
7. **Peroratio** (slot): recapitulatie van punt 3 tm 5, emotionering voornamelijk het opwekken van verontwaardiging

Ethos pathos en logos zitten hierin verweven. Pathos vooral bij punt 7 en 6, ethos vooral bij 1, maar ook door de gehele toespraak, logos bij punt 3 tot en met 5.

De volgorde als verdediger is hetzelfde. Echter, de narratio kan vervallen als het verhaal objectief geschetst wordt maar meestal wil de verdediger zijn eigen verhaal doen, bij propositio kan de verdediger kiezen voor een verdedigingslinie (ontkenning, herdefinitie, beroep op strafuitsluitingsgronden of beroep op procedurefouten, bij argumentatio kiest men voornamelijk voor refutatio en is confirmatio niet nodig iig worden die twee in volgorde omgedraaid bij de verdediger én allerlaatst is bij peroratio voornamelijk medelijden ter emotionering nodig.

*~3.3*

Deze bovengenoemde ordening is volgens ideale omstandigheden. Er zijn ook afwijkende situaties, waar ook regels voor zijn opgesteld. Echter, niet voor iedere situatie kunnen regels opgesteld worden: je moet met je retorisch oordeelsvermogen bedenken in welke situatie wat volstaat. Enkele voorbeelden voor regels in afwijkende situaties:

* Als iemand al veel aandacht heeft, is aandacht trekken niet noodzakelijk. Maar als je iemand moet verdedigen die iedereen haat dan moet je nog meer inspanning leveren in het welwillend stemmen van het publiek.
* Daarnaast kan de propositio beter weggelaten worden als al duidelijk is wat je wilt gaan betogen.
* Daarnaast kan bij een slecht betoog de partitio beter weggelaten worden, dan is soms de warrigheid in het betoog meer waard dan de helderheid van slechte argumenten.

Om een betoog goed te begrijpen is het handig om de standaardopbouw ernaast te houden en je af te vragen op welke punten de spreker heeft afgeweken van deze opbouw en waarom.

*~3.4*

Toch zijn niet alle redeneringen opgebouwd volgens het strafpleidooi. Je kan het wel als oriëntatiepunt zien en van daaruit de opbouw ontdekken.

Bij een politieke rede kan de narratio wegblijven, want het misdrijf hoeft niet verteld te worden. Echter, moet de politicus wel uitleggen wat het vorige beleid was en vervolgens toelichten wat het nieuwe beleid zou kunnen worden. Voor de rest kan het exordium tm peroratio wel hetzelfde blijven. De emoties zijn echt hier angst opwekken en zorgen zodat de stemmer het nieuwe beleid wil overnemen en het oude wil wegdoen.

Bij gelegenheidsredes schuiven de narratio en de argumentatio ineen: een verhaal bij een afscheidsspeech wordt bijvoorbeeld chronologisch de loopbaan verteld met daarbij argumenten waarbij de werknemer goed was in die loopbaan.

🡪 deze twee vormen mengen echter vaak in toespraken, waardoor niet strikte regels mogelijk zijn.

De AIDA-formule (opbouw van reclameteksten) voldoet ook deels aan de klassieke opbouw: Er moet ATTENTION ontstaan, dan Interest voor het product, dan Desire om het product te kopen en allerlaatst Action door het daadwerkelijk te kopen. Kortom: er moet een exordium zijn voor aandachttrekken, narratio met info over het product, argumentatio met redenen waarom je het product moet kopen en dan peroratio als duidelijke aansporing om het product echt te gaan kopen (ipv oproepen voor een gunstige uitspraak bij de rechter).

*~3.5*

Het analyseren van een tekst gaat het best om alle bovengenoemde punten langs te gaan en te kijken waar het afwijkt. Dan bekijken waarom het afwijkt (bv type retorische situatie en de rol van de betoger), vaststellen van een mogelijke strategische ordening van de argumenten in de kern, vaststellen van de spreiding. Van ethos, pathos en logos over de tekst.

**H4 – De retoriek van de verwoording**

De verwoording is het belangrijkste van het betoog. Allereerst kies je wat je gaat zeggen en waar, maar ook hoe je het gaat zeggen is belangrijk. Cicero dacht dat dit het belangrijkste was (maar dit is effort justification – Cicero stook hier ook meer tijd in en vond het daarmee ook succesvoller). De stijl van spreken is tijd, plaats en genre gebonden. Het ordenen en vinden van argumenten is één ding, het verwoorden en de aantrekkelijkheid van de stijl is echter een aangeboren talent.

De bespreking van de verwoording valt in twee delen uiteen:

1. De leer van de vier stijldeugden (=vier eisen die je aan de verwoording kunt stellen met het oog op een zo effectief mogelijk betoog – correctheid, duidelijkheid, aantrekkelijkheid en passendheid 🡪 passendheid is het belangrijkste, een niet passende toon bederft namelijk alles. Aantrekkelijkheid wordt echter vaak het meeste aandacht aan besteed)
2. De leer van de drie stijlsoorten/stijlniveaus: de lage, midden en hoge stijl. Je gaat hier kijken welke stijlsoort passend is op welk moment, dus het is een poging de uiteenlopende functies van stijlmiddelen in kaart te brengen.

Bij het bekijken van de stijl houdt je rekening met ‘de nulgraad van de stijl’ oftewel de meest neutrale vorm van spreken.

*~4.2. de vier stijldeugden*

1. Correctheid (latinitas)

De taal en zinsopbouw moeten foutloos zijn en de taalregels moeten gerespecteerd worden. Bij mondelinge toespraken moet je hierbij gaan voor een beschaafde of standaarduitspraak, bij schriftelijk voor een correcte spelling en interpunctie. Je moet volgens retorici uitheemse woordkeuzen (woorden die bestaan uit een vermenging van het nederlands en een andere taal) en dito zinsopbouw beperken. Echter, deze stijldeugd is in tegenstelling tot de andere geen keuze 🡪 je overtuigt er niemand mee, maar wanneer je het niet goed doet doe je wel afbreuk aan je eigen ethos. Hiermee kan het dus retorische consequenties hebben.

1. Duidelijkheid (perspicuitas)

Dit is nodig om begrepen te kunnen worden. Soms kan het ook in je voordeel werken om niet duidelijk te zijn, maar in eerste instantie probeer je het wel. Dit is afhankelijk van je woordkeuze en zinsbouw. Wanneer je ongebruikelijke woorden gebruikt zoals moeilijke, overdrachtelijke (beeldspraak ipv letterlijk taalgebruik) en ouderwetse woorden gebruikt ontstaat er onduidelijkheid. Bij zinsbouw gaat het om de lengte en de bouw van de zin. Bij de bouw van de zin moet je tangconstructies (bijeenhorende zinsdelen zijn gescheiden door tussenvoegingen) en lange aanloop (de kern van de zin volgt pas na een lange inleiding) vermijden. Maar niet alleen de lokale stijl (zinnen en woorden) ook de globale stilering is van belang voor duidelijkheid.

Bij globale stilering gaat het om paren als **expliciet-impliciet** (je kan relaties tussen zinnen expliciet duidelijk maken met verwijswoorden of het onbenoemd laten; ook op metacommunicatief niveau dus op alinea of tekstniveau kun je expliciet zijn met titels, tussenkoppen, witregels, lettertypen, signaalwoorden etc. 🡪 deze explicietheid kan handig zijn voor begrip in de tekst, maar kan als keerzijde ook belerend werken bij de lezer: het is een spanning tussen duidelijkheid en aantrekkelijkheid), **bondig-omslachtig** (je kan op zinsniveau bondig formuleren en op alinea niveau bondig door zinnen weg te halen. Je moet echter wel genoeg vertellen anders levert het onduidelijkheid op), en **concreet-abstract** (soms zijn zaken te abstract of situaties en kun je ter verduidelijking beter concretiseren in de tekst. Dit kun je doen middels voorbeelden of andere stijlfiguren)

1. Aantrekkelijkheid (ornatus)

Door de stijl op te leuken met beeldspraak en stijlfiguren wordt een tekst aantrekkelijker voor een publiek. Het dient het trekken en vasthouden van de aandacht. Echter: ars est celare artem – de kunst is om de kunst te verbergen; oftewel het mag niet zichtbaar aanwezig zijn dat je dit inzet omdat het anders niet meer overtuigend werkt. De stijl moet ondergeschikt blijven aan de inhoud en daarmee passend zijn voor de situatie. De stijl moet een vervoermiddel voor de boodschap zijn, geen praalwagen van stilistisch kunnen. Je kunt dus voor de aantrekkelijkheid twee hoofdsoorten inzetten: stijlfiguren en beeldspraak.

Bij beeldspraak zit de afwijking van het normale taalgebruik in de overdrachtelijkheid van de woorden. Het kan ethos afbreken of versterken.

Bij stijlfiguren worden de woorden niet overdrachtelijk gebruikt, maar wijkt de formulering toch in betekenis of door vormgeving van de gewone zegswijze af.

Stijl is veel meer tijd en plaatsgebonden. In wetenschappelijke publicaties is het bijvoorbeeld uit den boze om dit soort stijlfiguren toe te passen (toch is ook hier kritiek want het komt wel soms deels voor bij wetenschappers én kloppende inhoud wil niet zeggen dat wetenschappers zich niet met taal in hun werk mogen amuseren).

1. Passendheid (aptum/decorum)

Er zijn twee vormen van passendheid:

**1. Tekst-interne vorm** (een tekst is intern passend als het woord in de zin past, de zin bij de omringende zinnen etc. Er mag geen sprake zijn van stijlbreuken, zoals bijvoorbeeld een afwisseling van formele en informele taal. Ook moet de stijl passen bij het deel van het betoog; inleiding en slot moeten naar het hart gericht worden, inhoud naar het hoofd. Dit betekent dat het begin en slot vragen om een hogere stijl met meer stijlfiguren, het midden om een lagere stijl met minder stijlfiguren. Daarnaast moet de stijl passen bij het genre van het betoog; voor de plebs sla je een andere toon aan dan voor de elite, omdat dit deels samenhangt met het publiek kan je het ook tekst extern noemen).

**2. Tekst-externe** **vorm** (dit is de afstemming van de stijl op de spreker, onderwerp, publiek en de gelegenheid. De leeftijd van iemand of de gelegenheid kan vragen om een lagere stijl dan een ouder iemand of een succesvol iemand).

*~4.3 Beeldspraak en stijlfiguren top 50*

Stijlfiguren (figurae) bestaan uit:

1. Beeldspraak (metaforen, metonymia’s)
2. Stijlfiguren in de engere zin (gedachtefiguren, woordfiguren)

Bij **metaforen (tropi)** gaat het om een gelijkenis tussen de twee dingen die vergeleken worden. Als de gelijkenis ver te zoeken is, dan is het een vergezochte metafoor. **Metonymia** is dat het eigenlijke woord van de bedoelde zaak wordt vervangen door een overdrachtelijk woord. Het gaat hierbij om de logische of tijd-ruimtelijke nabijheid (Leiden wint een speech staat dan bijvoorbeeld voor een groep mensen winnen de verkiezing namens leiden).

Bij **stijlfiguren in engere zin** worden de woorden niet overdrachtelijk gebruikt, maar wijkt de formulering op een andere wijze conventioneel af van het normale taalgebruik. Bij **gedachtefiguren (figurae sententiarum)** is er iets met de betekenis of inhoud aan de hand. Er wordt bijvoorbeeld overdreven (hyperbool), of het omgekeerde wordt bedoeld (ironie), of alleen maar gedaan alsof er een vraag gesteld wordt (retorische vraag). Je neemt de betekenis dus niet letterlijk, maar je vertaalt het naar de bedoelde betekenis. **Woordfiguren (figurae verborum)** onderscheiden zich doordat ze formeel zijn: ze hebben iets met de woord of zinsvorm te maken. Ze houden zich bezig met de vier omvormingsregels (inversie (omkering woordvolgorde is een vorm van verplaatsing) en ellips (grammaticaal onvolledig zin is een vorm van weglating)).

**Lijst met stijlfiguren**

* **Beeldspraak: 1. Metaforen**

1. Metafoor in engere zin: De bedoelde zaak wordt vervangen door het vergelijkende beeld; zaak en beeld staan niet allebei in de tekst. *Het schudden van ideologische veren is voor een politieke partij een bevrijdende ervaring.* Als zo’n metafoor een gehele tekst wordt volgehouden, heet het een allegorie
2. Personificatie: Metafoor waarbij abstracties of levenloze dingen als levende wezens worden voorgesteld of levende wezens krijgen. *Nederland is ziek*
3. Uitgewerkte metafoor: een metafoor in engere zin of vergelijking waarbij een complexe, meestal abstracte, zaak vergeleken wordt met een uit meer onderdelen bestaand meestal concreet beeld. Tussen zaak en beeld bestaan meerdere overeenkomsten op verschillende punten. *Wij hebben het dak gerepareerd. Nu nog vergrijzingsbestendige vleugel aanbouwen, die moet niet worden betaald door een rooftocht te houden onder 65plussen.*
4. Vergelijking: Metafoor waarbij de te verbeelden zaak en het vergelijkende beeld beide worden genoemd; zaak en beeld staan naast elkaar in de teksten en kunnen verbonden worden met woorden als ‘zoals’. *De koningin bewoog zich als een balletdanseres.* Let op: een vergelijking zonder als heet een asyndetische vergelijking. Een hele lange vergelijking heet een homerische vergelijking.

* **Beeldspraak: 2. Metonymia’s (nabijheid tussen bedoelde zaak en beeld)**

1. Metonymia in engere zin: een soort metonymie waarbij de beeldspraak berust op ‘tijd-ruimtelijke’ nabijheid of aangrenzendheid van de zaak en het beeld: oorzaak, gevolg – maker, gemaakte – bezitter, bezit etc. *Het orakel van Diever hoefde maar een spreekbeurt te houden in een met een rollators en gehoorapparaten gevuld achterafzaaltje van een zorgcentrum in Smilde of de cameraploegen van Netwerk, Nova, RTL en Twee vandaag togen met zwaailicht en loeiende sirene die kant op.*
2. Pars pro toto: subtype van de synecdoche waarbij de relatie tussen beeld en zaak er een is van onderdeel-geheel. De naam van een onderdeel wordt aan het geheel gegeven: *even de neuzen tellen.* Het omgekeerde (geheel voor een deel *Leiden heeft verloren ipv het Leidense debatteam heeft verloren*) heet een totum pro parte.
3. Synecdoche: Een soort metonymie waarbij de betrekking tussen de verbeelden zaak en het beeld er een is van deel-geheel/subsoort-soort of geheel-deel/soort subsoort 🡪 is dus oa een pars pro toto en totum pro parte.

* **Stijlfiguren in engere zin: 3. Inhoudelijk**

1. Aanspreking (van de lezer of luisteraar): Door middel van u, je en dergelijke invoeren van het aangesproken publiek in de tekst.
2. Allusie: toespeling op een voor de lezer of toehoorder bekend feit of bekende uitspraak, waarbij de verwijzing opzettelijk impliciet wordt gehouden omdat men mikt op goede verstaanders. *NRC Handelsblad om het nieuws; en omdat er meer tussen hemel en aardie is dan links, rechts of midden 🡪 verwijst naar een uitspraak uit Hamlet.*
3. Amplificatie: vergroting, versterking. Vaak een persoonlijke versterking, men stelt iemand of iets als groter voor dan objectief gerechtvaardigd is. Wanneer er een lange versterking is (*Een half miljoen, vijf ton, niet meer dan een bungalow. -> overdrijft de prijs).* Wanneer de zin hierdoor langer wordt heet dit een horizontale amplificatie, wanneer de zin korter wordt (hij is een schurk), dan is dit verticale amplificatie. Intensiveerders kunnen als amplficeerders gezien worden. Vaak worden metaforen, epitheton en de hyperbool bij een amplificatie ingezet. Wanneer juist iets verkleind wordt, heet dit bagatelliseren.
4. Anekdote: een grappig of opmerkelijk voorval dat in toespraken vooral in de inleiding verteld wordt om de welwillende aandacht te krijgen.
5. Anticipatie: het vooruitlopen op en meestal bij voorbaat weerleggen van bezwaren of tegenwerpingen waarvan de spreker of schrijver verwacht dat ze bij zijn publiek of zijn tegenpartij leven. Veelal in combinatie met aanspreking. Kortom: je noemt een argument waarvan je denkt dat de tegenstander het gaat noemen en weerlegt deze al. Vaak ingeleid met …*hoor ik u denken, maar*
6. Antithese: Het tegenover elkaar plaatsen van begrippen of gedachten die elkaars tegengestelde zijn. *Met dit worden de rijken rijker en de armen armer*
7. Apostrofe: aanspreking waarbij de spreker zich afwendt van het eigenlijke publiek en iemand anders aanspreekt zoals de moeder van iemand in plaats van de jury of tegenpartij en in plaats van het algemene televisiepubliek. *Dit deed Harris toen ze haar echtgenoot bedankte.*
8. Dubitatie: schijnbare, door de spreker of schrijver voorgewende twijfel aan de eigen capaciteiten om de taak waarvoor hij op dat moment staat te volbrengen.
9. Epitheton: Een toevoeging van een karakteriserende bepaling, in strikte zin een bijvoeglijke bepaling bij een naamwoord, maar een bijwoordelijke bepaling kan dezelfde functie hebben. *Waterproof bewijs, krasvrij bewijs.* Wanneer het een clichematige verbinding betreft heet het een epitheton ornans.
10. Eufemisme: Het beschrijven van een gebeurtenis of stand van zaken met behulp van een verzachtende term of uitdrukking. *Onze moeder is heengegaan*. Bij een eufemisme maak je ook gebruik van andere stijlmiddelen als metaforen, synoniemen, litotessen, understatements.
11. Evidentie: Aanschouwelijke en indringende beschrijving van een gebeurtenis of toestand door het schetsen van een concreet, gedetailleerd en zo mogelijk dramatisch beeld. De lezer wordt ooggetuige gemaakt om deze te emotioneren. Net als amplificatie is dit een stijltechniek waarin verschillende stijlfiguren samengaan. *Claudius komt hem tegemoet, te paard, zonder reiskoets, zonder bagage, zonder reisgenoten etc.* Is vaak het sterkst wanneer in het praesens historicum en wanneer personages sprekend opgevoerd worden. Deze stijltechniek leent zich om te amplificeren, en om te emotioneren kunnen woordfiguren als enumeraties en climaxen bijdragen.
12. Exclamatie: pathetische uitroep. *Vrouwen zijn meer, kúnnen meer, maar het jammere is dat ze het zélf niet geloven. Ik ben tegen.*
13. Fictio personae: het sprekend opvoeren van al dan niet bestaande personen. Wanneer letterlijk de tekst van iemand herhaald wordt, is het meer een directe rede.
14. Hyperbool: overdreven uitdrukkingswijze die iets groter voorstelt dan het verdient. *Waterproof bewijs*. Het kan ingezet worden als versterking of om ironie op te roepen, net als eufemisme.
15. Inclusief we: het gebruik van we in de betekenis van ik, spreker/schrijver plus het publiek. Het moet onderscheiden worden van de exclusieve we, waarbij we wordt gebruikt maar ik word bedoeld.
16. Ironie: lichte spot door het tegenovergestelde te zeggen van wat men bedoelt of door op andere wijze een contrast tussen het bedoelde en gezegde aan te brengen. Het is een van de drie stijlfiguren die gebruikt wordt om te spotten (sarcasme en zelfironie). Ironie gaat vaak samen met andere stijlfiguren als de hyperbool, litotes en understatement.
17. Litotes: Sterke bevestiging door middel van ontkenning van het tegenovergestelde. *Dat is niet gek. Niet zo zuinig ook.* Litotes is vaak ironisch.
18. Oneliner: door stilering opvallende en memorabele zin, vaak gevat en inhoudelijk. *I have a dream. Ask what you can do for you country.* Het gaat vaak om een hele zin en kan ook tot de woordfiguren gerekend worden.
19. Paradox: Bewering die innerlijk tegenstrijdig lijkt, maar het niet echt is (schijnbare tegenspraak). Ook twee schijnbare strijdige beweringen. *Schenk meer dan je geeft. (slagzin van oxfam om donateurs aan te zetten de fiscus zonder kosten voor de gever mee te laten betalen aan een grotere bijdrage.*
20. Perifrase: Het vervangen of toevoegen van de normale aanduiding door een meestal uit meer woorden bestaande omschrijving. *Amsterdam, het Venetië van het Noorden. Countertenoren – die mannenstemmen met voorwielaandrijving.* Vaak gaat het samen met beeldspraak.
21. Preteritie: voorbijgang. Zeggen dat men ergens niet op zal ingaan, maar het intussen wel onder de aandacht brengt. *Ik verdiep mij niet in de vraag hoe het nu op dit moment weer aan de orde komt, dat zijn vragen die ik niet hoef te stellen.* Het komt dus weer onder de aandacht, zonder te zeggen dat je er aandacht aan besteed.
22. Quaestie: Een reeks van twee of meer vragen, die vaak retorisch zijn of door de spreker of schrijver zelf beantwoord of behandeld worden. *Hebt u alles geregeld? Is uw financiële huishouden klaar? Valt er voor u financieel voordeel te halen?*
23. Retorische vraag: Een schijnvraag omdat het antwoord er al in ligt opgesloten, een nadrukkelijke bewering of emotionele uiting in vraagvorm. *Willen jullie de totale oorlog?*
24. Sarcasme: bijtende spot, ofwel direct gebracht ofwel op dezelfde indirecte wijze als ironie. De grens tussen ironie en sarcasme is soms vaag.
25. Sententie: opvallend gestileerde en wijsheid pretenderende gedachte met een algemenere strekking. In strikte zin een algemene stelregel voor menselijk gedrag. *Ik zeg wat ik denk en ik doe wat ik zeg.* Bij oneliners gaat het vaak om sententies. Het lijkt sterk op een spreuk, maar het is persoonlijk bedacht en is vaak aantrekkelijk door de andere stijlfiguren die het bevat zoals het chiasme.
26. Subiectie: Vraag die door de spreker of schrijver zowel opgeworpen als beantwoord wordt. Belangrijke variant; vraag gesteld aan het publiek plus een reactie op het veronderstelde ja- of nee-antwoord van dit publiek. *Wat nu is een subiectie? Een subiectie is een vraag die door de schrijver zelf zowel opgeworpen als beantwoord wordt.* Ook een reeks vragen (zie quaestie) kan bij een subiectie voorkomen.
27. Synoniem: woord of uitdrukking met een betekenis die gelijk is aan de betekenis van het vervangen woord of de vervangen uitdrukking, vaak met een andere communicatieve waarde. *Rijwiel ipv fiets.* Vaak kunnen hier archaismen gebruikt worden, het kan ironisch bedoeld zijn en werken als een horizontale amplificatie bijvoorbeeld.
28. Understatement: In plaats van te overdrijven wordt bij deze figuur onderdreven, er wordt een te zwakke uitdrukking gebruikt. Vaak wordt er ook gebruikgemaakt van een litotes.
29. Zelfcorrectie: Het met opzet maken van een fout en deze zelf weer corrigeren. *Now it is time, in fact it is past time, to move on.* Ook dit kan ironisch dienen.
30. Zelf-ironie: Ironie of sarcasm waarbij de Schrijver zichzelf tot mikpunt maakt van de spot.

* **Stijlfiguren in engere zin: 4. Woordfiguren**

1. Anafoor: herhaling van een woord of woordgroep aan het begin van op elkaar volgende zinsdelen, zinnen of nog grotere tekstdelen. *Dat is dus de markt. Dat is dus de consumentenmarkt. Dat is dus wat er gebeurt…* De anafoor is dus een repetitie aan het begin van teksteenheden.
2. Chiasme: Twee bij elkaar horende zinnen of twee delen van zinnen worden zo gerangschikt dat ze elkaars spiegelbeeld worden, ab,ba. *Een en ander lijkt meer een poging de promotie op het niveau van iedere wetenschappelijke medewerker te brengen dan iedere medewerker op het niveau van de promotie te brengen.*
3. Climax: Opsomming met telkens sterkere woorden of uitdrukkingen: kortweg, stijgende reeks. *Ze hebben ook wat kippen, twee schapen en een geit.* Een anticlimax is een dalende reeks.
4. Drieslag: opsomming van drie woorden, zinsdelen of zinnen, vaak met een suggestie van volledigheid. *Vrijheid, gelijkheid, broederschap.*
5. Ellips: weglating van een of meer woorden in een zin die om syntactische redenen eigenlijk aanwezig zouden moeten zijn om de zin te completeren en de betekenis geheel duidelijk te maken. *Thuis is er heineken. Zijn voorkeur. Haar goede zorg. Daarom zorgt zij dat het er is. Heineken in huis. Dat is gewoon afspraak. Heerlijk, helder, heineken.*
6. Enumeratie: opsomming van woorden, woordgroepen en zinnen. Dit kan gebeuren zonder verbindingswoord (asyndeton) of met verbindingswoord (polysyndeton). In de opsomming wordt vaak naar een climax of anticlimax gezocht. *Bloed, zweet en tranen*
7. Inversie: Het omkeren van de volgorde van onderwerp, gezegde en bepalingen ten opzichte van de gewone mededelende zin. *Een weinig verheffend schouwspel is het.*
8. Parallelisme: zinsdelen of zinnen die grammaticaal op dezelfde wijze zijn gebouwd. *Telefoonmaatschappijen die elkaar… energiebedrijven die elkaar…* Het is geen letterlijke woordelijke herhaling, maar de zinsdelen herhalen zich.
9. Prolepsis: Het grammaticaal geïsoleerd vooropplaatsen van een woordgroep waarom men de nadruk wil leggen. *Parallellismen en antithesen, ook dat zijn woordfiguren die heel pathetisch kunnen werken.* Kenmerkend hiervoor is het herhalende zinsdeel dat naar het vooropgeplaatste zinsdeel verwijst.
10. Repetitie: Ongewijzigde herhaling van een woord, woordgroep of zinswending. *De veiligste auto van Zweden. Dat maakt Saab Saab.* Een repetitie is vaak als vorm aanwezig en niet als het pleonasme of de tautologie als opzet.
11. Rijm: Klankgelijkheid in woorden die niet te ver van elkaar staan. Alliteratie 🡪 gelijkheid van beginklanken, Assonantie 🡪 gelijkheid van beklemtoonde klinkers.
12. Woordspeling: Verzameling woordfiguren waarbij een woord of uitdrukking een tweede of extra betekenis krijgt als gevolg van de context of de situatie. Ook het binnen een zin gebruiken van naar klank of vorm overeenkomstige woorden met een zekere betekenisovereenkomst. *Met het beste onder de zon naar de zon. Marion. Maatgevend in mode maken. Mooi … van C&A.*

*~4.4 Stijlniveaus en functies van stijlfiguren*

Nu we de stijlfiguren weten is het van belang de functies van de figuren te bepalen. In de oudheid werd dat gedaan middels **stijlniveaus:**

1. **Lage stijl (subtile of humile stijl)** heeft als functie om te informeren of argumenteren. Gebruikt in politieke redes en civiele zaken. Vaak gebruikt tijdens de narratio en argumentatio.

Nauwelijks of geen stijlfiguren, het accent valt op de duidelijkheid in plaats van de aantrekkelijkheid.

1. **Middenstijl (medium stijl)** heeft als functie vermaak

Gematigde stijlfiguren, niet te nadrukkelijke beeldspraak of woordfiguren. Meest geschikt voor de gelegenheidsrede, maar ook bij de andere 2 vormen komt het voor. Komt van pas in exordium, digressio en narratio.

1. **Hoge stijl** (**sublime, grande, grave stijl)** heeft als functie emotioneren

Veel meeslepende stijlfiguren, geschikt bij strafredes en politieke redes. Komt voor bij de peroratio.

Dit is echter al een achterhaalde scheiding, veel stijlfiguren moet je los per context bekijken. Aristoteles heeft waarschijnlijk de logos met lage stijl gekoppeld, de ethos met de middenstijl en de pathos met de hoge stijl.

**De functie van de stijlfiguren is tegenwoordig via een communicatiemodel te begrijpen, bestaande uit 5 componenten:**

* Schrijver/spreker – expressie 1
* Medium – sociaal 2
* Tekst – diverterend 3
* Onderwerp – informatief/referentieel 4
* Publiek – appellerend 5

Als volgt begrepen worden: een zender of spreker (1) gebruikt een medium (2), om een boodschap of tekst (3) over een onderwerp (4) over te brengen naar de ontvanger, het publiek (5).

Met deze vijf componenten kunnen vijf functies van taalgebruik verbonden worden: expressief (ik hou van jou 🡪 drukt gevoel uit), sociaal (mooi weer vandaag 🡪 uitspraak die informatief niets is en slechts dient voor het onderhouden van sociaal contact), diverterend (in u hadden we een premier van formaat 🡪 de vorm van de tekst valt vooral op), informatief (de dow jones index is gedaald 🡪 informatie over de werkelijkheid), appellerend (wij rekenen op uw hulp 🡪beroep doen op het publiek).

Deze vijf functies hangen samen met de elementen uit het communicatiemodel die op de voorgrond treden. De functies lopen wel soms in elkaar over. **Wanneer je met dit model naar teksten kijkt, kan een gehele tekst vaak ingedeeld worden in een functie. Ook stijlfiguren kennen een van de vijf functies.** Natuurlijk kunnen teksten en tekstonderdelen uit meerdere functies bestaan (narratio informatief, peroratio appellerend). Bovendien zijn stijlfiguren in betogende teksten altijd expressies, maar tegelijk ook persuasief.

**Een indeling van de stijlfiguren ziet er als volgt uit:**

1. **Expressieve figuren (emotie-uitdrukkende figuren / ethos-tentoonspreidende figuren)**

Emotieuitdrukkende figuren: een spreker geeft krachtig uiting aan negatieve of positieve gevoelens die bij hem leven 🡪 exclamatie, hyperbool, epitheton, anafoor en climax

Ethos figuren: het gedrag van de spreker wordt op de voorgrond geplaatst 🡪 sententie (maar deze moet goedgekozen zijn en aansluiten bij de normen en waarden van publiek en speelt in op de deskundigheid en welgezindheid van de spreker), metaforen en perifrasen (kun je mensen negatief of positief neerzetten), retorische vraag. Eerlijkheid kan vertegenwoordigd worden middels de hyperbool of emotionele uitroep, maar het moet wel oprecht overkomen.

1. **Sociale figuren (het inspelen middels stijlfiguren op de band tussen de spreker en luisteraar).**

Aanspreking als groepsgenoot, inclusieve we, metonymia, allusie of toespeling (verwijzing naar oude teksten bv.) en ironie. De laatste twee spelen vooral in op elitair publiek.

1. **Diverterende figuren (figuren eisen aandacht op zichzelf omdat ze bijzonder aantrekkelijk zijn vormgegeven).**

Deze groep is lastiger af te bakenen en heeft meestal een amuserende, niet persuasieve functie het kan ook afbreuk doen aan de overtuigingskracht als hier te veel op wordt ingezet. Niet te extreme vormen van beeldspraak (exclamaties, anafoor) werken het best, maar in principe kan alles. De figuur moet in ieder geval oproepen: hé dat is goed gezegd.

1. **Referentiële figuren (spreker wijst naar de besproken zaak en geeft informatie daarover)**

Deze figuren maken de informatie partijdig. Ze geven een partijdige, een gekleurde voorstelling van zaken. Ze geven de zaak niet alleen informatie, maar raken het publiek ook emotioneel door de partijdigheid. Perifrase, metafoor, evidentie (in narratio, argumentatio en peroratio) en amplificatie (in het bijzonder tekst verlengende, horizontale amplificatie) werken hier het best. Fondswerving of voorlichtingsteksten gebruiken vaak een lange amplificatie om een situatie (rijden onder invloed, kinderen in afrika) uit te drukken.

1. **Appellerende figuren (doen een beroep op het publiek, proberen die vaak te raken en meestal tot actie aan te zetten)**

Is de hoge stijl categorie. De amplificatie, aanspreking met u, vraagfiguren als subiectie, quaestie. Katalysatoren van het aanspreken van emoties bij het publiek zijn woordfiguren als enumeratie leidend tot climax, herhaling en anafoor, paralellismen, antithesen.

Dit laat allemaal zien dat logos, ethos en pathos niet strikt te onderscheiden zijn. Ook in de logos, argumentatie, kunnen elementen van ethos en pathos middels stijlfiguren verwerkt zitten. Wel moet bij het inzetten van stijlfiguren altijd nagedacht worden over de context van de spreker (tegen wie zegt hij het en waar) zodat de stijlfiguren **passend en effectief** zijn.

*~4.6*

Als analysator kun je een betoog het best als volgt analyseren:

Kijk eerst naar de vier stijldeugden

1. Correctheid (zijn er fouten die afbreuk doen aan de retorische kracht)
2. Duidelijkheid (hoe begrijpelijk is de woordkeuze en zinsbouw voor de doelgroep en waar bevindt zich de tekst op de schalen impliciet/expliciet, beknopt/omslachtig, concreet/abstract
3. Aantrekkelijkheid (welke stijlfiguren zijn ingezet 🡪 beeldspraak (metaforen aka gelijkenis als personificatie, metonymia aka nabijheid als pars pro toto) en stijlfiguren in engere zin (gedachtefiguren aka inhoud als antithese, woordfiguren aka vormelijk als rijm)
4. Passendheid (de interne afstemming op de tekstdelen en de externe afstemming op de situatie)

Vervolgens kijk je naar de functies van de stilering (beeldspraak en stijlfiguren), stel de stijlniveaus vast en per figuur of het gaat om een expressieve, diverterende, informatieve, appellerende of sociale functie.

**H5: de retoriek van de presentatie**

Door de presentatie kan een goed betoog slagen of falen. Het is de laatste stap in het proces (inventio, dispositio, elocutio, memoria, **actio)**. Deze presentatie is of schriftelijk, of middels een sprekende presentatie.

*~5.2 mondelinge voordracht*

Een mondelinge voordracht heeft doorgaans twee redenen dat het meer overtuigingskracht kent dan een schriftelijke voordracht: 1. De mondelinge presentatie wordt vaak door de betoger zelf geschreven en heeft daarmee invloed op het ethos. 2. Met de mondelinge presentaties kan het publiek veel meer geraakt worden, hierdoor kan er ook interactie ontstaan tussen de spreker en het publiek en ontstaat er meer een gevoel van beleving 🡪 er kan meer op pathos ingespeeld worden.

Ethos van de spreker: het ethos van een bekende spreker is soms al voor de presentatie gevormd, maar wordt tijdens het spreken constant bijgesteld. De allereerste indruk bij het opkomen (hoe ziet hij eruit, kijkt hij ons aan) heeft ook onwijs veel gevolgen op het ethos. Deze visuele retoriek heeft vooral gevolgen op de betrokkenheid en betrouwbaarheid van de spreker, het imago van de spreker wordt hiermee gezet. Ook auditieve retoriek zoals stemgebruik (bekakt, accent, verkeerde uitspraak) hebben gevolgen voor de deskundigheid van een spreker.

Pathos van de spreker: gaat om timing, en echte emoties bij de spreker komen het beste over. De spreker kan bovendien zo’n sfeer creëren dat hij aan kan zetten om met zijn allen actie te ondernemen.

Volgens Quintilianus kent een voordracht, net als een geschreven tekst, 4 deugden:

1. Correctheid (beschaafde lichaamstaal en een standaarduitspraak van woorden)
2. Duidelijkheid (stemgebruik moet goed zijn: articulatie, volume, tempo, mimiek en gebaren kunnen verduidelijkend werken én powerpoints en handouts)
3. Aantrekkelijkheid (zit in de stem, het uiterlijk maar ook in bijvoorbeeld slides van powerpoints of handouts)
4. Passendheid (opnieuw intern passend als stemgebruik en houding passen bij de passages van het betoog, extern passend als het past bij de spreker, onderwerp, publiek en gelegenheid). 🡪 dit laatste blijft lastig en hangt af hoeveel gevoel je hebt voor het decorum (de situatie).

*~5.3 schriftelijke vormgeving*

Opnieuw is van de 4 stijldeugden bij de schriftelijke vormgeving, duidelijkheid het meest van belang. Soms is het echter noodzakelijk dat de verpakking van de tekst van invloed kan zijn op de afzet van het product. Een goede vormgeving draagt bij aan aandacht trekken, het verhelderen van de boodschap en het aanvaarden van die boodschap.

Foto’s kunnen bijvoorbeeld aandacht trekken, maar wanneer een tekst symmetrisch is vormgegeven heb je eigenlijk als stijlfiguur een visuele parallellie.

*~5.4*

Een analysator moet bij een presentatie letten op de vier stijldeugden:

1. De correctheid van de uitspraak/spelling
2. De duidelijkheid van de uitspraak, gebaren en technische hulpmiddelen / schriftelijke vormgeving
3. Aantrekkelijkheid van de voordracht/schriftelijke vormgeving
4. Passendheid (toonzetting van de voordracht of vormgeving: past het zich aan aan de situatie, inhoud, opbouw en stijl van de tekst)

Vervolgens moet gekeken worden of 1. De voordracht het ethos van de spreker ondersteunt of afbreekt (draagt het bij aan eerlijkheid, deskundigheid en betrokkenheid) 2. De voordracht het optreden van beoogde pathetische en humoristische effecten bevordert of belemmert.

**H6 – Retorische kritiek**

Telkens geleerd als volgorde: inventio, dispositio, elucotio, memoria, actio 🡪 nu leer je dat je als criticus andersom begint. Je begint bij het analyseren van de presentatie en vervolgens pas de rest.

Relevante beoordelingscriteria voor een criticus zijn **boeiendheid, duidelijkheid, aannemelijkheid en aanvaardbaarheid. Een criticus moet nagaan of een optimale keuze is gemaakt uit de retorische mogelijkheden bij de inhoud, ordening, verwoording en presentatie om het beoogde publiek tot aandacht, begrip en aanvaarding te brengen.** Het gaat erom wat het beoogde publiek er van kan vinden 🡪 je meet dus de effectiviteit van de toespraak. De criticus probeert zo goed mogelijk een bepaalde reactie bij het publiek te voorspellen of deze te verklaren als die bekend is. Houdt wel in het achterhoofd dat retorische kritiek altijd een persoonlijke, dus soms subjectieve, prestatie is.

*~6.2 een methode*

10 stappen die een criticus kan zetten om een retorische kritiek voor te bereiden en formuleren. Werk van groot naar klein en van buiten naar binnen:

1. **Eerste indruk** (hoe is de spontane indruk van de spreker 🡪 boeiend (aantrekkelijk), duidelijk (begrip), aannemelijk (aanvaarding)?. Bij een geschreven tekst lees je altijd oorspronkelijke medium en vormgeving als eerste indruk.
2. **Achtergrond** (sta stil bij de historische en maatschappelijke achtergrond waarin het betoog plaatsvindt.
3. **Communicatiesituatie** (kijk naar de situatie waarin het zich plaatsvindt (is er publiek, wordt het één keer of vaker gehouden 🡪 gebruik het communicatiemodel voor een systematische beschrijving van de situatie) Er moet nagegaan worden in welke mate het betoog afgestemd is op de situatie en vooral of het past bij de doelgroep, dus stel die vast).
4. **Type discussiesituatie: betooggenre en argumentatieve rol van de spreker/schrijver** (ga uit van de drie klassieke situaties, bepaal of iemand verdediger of aanvaller is. Reageert iemand op een betoog of start hij een eigen discussie?)
5. **Presentatie** (breekt of ondersteund de presentatie, verwoording, de inhoud van het betoog. Let op stemgebruik etc. en let op de vier presentatie/stijldeugden als correctheid, duidelijkheid, aantrekkelijkheid en passendheid).
6. **Ordening: globale indeling** (nu ga je de inhoud analyseren en dan start je met het opdelen van de inhoud 🡪 exordium, narratio, propositio, partitio, argumentatie, digressio en peroratio 🡪 wordt hier aan voldaan, waar wijkt men af en waarom? 🡪 de waarom kan vaak ingevuld worden door aan de historische situatie of de communicatiesituatie (is er voorkennis) kan bijvoorbeeld verklaren waarom er geen narratio aanwezig is).
7. **Inhoud 1: inleiding en slot** (let op de functies: aandacht trekken, begrip mogelijk maken, welwillend stemmen in de inleiding én samenvatten of emotioneren in het slot 🡪 let ook op de eigenaardigheden van de spreker die terugkeren). Met deze opsplitsing van de inhoud in kern, inhoud en slot wordt van de klassieken uitgegaan, maar vaak loopt het tegenwoordig anders waardoor de analyse aangepast moet worden.
8. **Inhoud 2: betogende kern** (vaak vooral de propositio en argumentatio (soms ook andere delen) 🡪 stel de standpunten vast 🡪 spoor de bijbehorende argumentatie op 🡪 vaststellen argumentatieve kwaliteit van het betoog (is het genoeg verdedigd of weerlegd, bekijk hierbij goed de verdeling van de bewijslast 🡪 ontkennen, anders definiëren, beroepen op omstandigheid of op procedure fouten). 🡪 let hierbij ook op ethos en pathos en humor 🡪 de argumenten kunnen dit immers verwerken en hierop inspelen.
9. **Verwoording** (kijk of de verwoording in dienst staat van de boodschap middels een stijlanalyse. Gebruik hiervoor o.a. de vier stijldeugden: duidelijkheid en correctheid woordkeuze, welke bijdrage hebben beeldspraak en stijlfiguren aan het betoog. Je moet de functie van ieder figuur vaststellen, hierdoor wordt ook de mate van passendheid duidelijk. Als het goed is versterkt de voordracht het effect van de stijl).
10. **Eindoordeel over de overtuigingskracht** (de uitkomsten van alle vorige stappen moeten in de beoordeling betrokken worden 🡪 je doorgaat de stappen opnieuw en bepaald: hoe wordt aandacht getrokken en vastgehouden, hoe wordt voor begrip gezorgd en hoe wordt het publiek ingepalmd 🡪 hoe effectief was het betoog dus uiteindelijk op het beoogde publiek?)
11. **Het formuleren van kritiek** (lever kritiek op het eindoordeel middels een recensie of lever advies, wat had de spreker beter kunnen doen?)

*~6.3 voorbeeld Clinton*

Gaat om een apologie (=verdedigingsrede). Een informele gerechtelijke zaak met een politieke lading.

*~6.4 nabeschouwing over persuasieve en argumentatieve kritiek*

Aristoteles heeft eigenlijk door een ideaal en een reëel publiek te nemen twee vormen van retorische kritiek voorbereid. Een waarbij de effectiviteit bij het beoogde publiek gehanteerd wordt (**persuasieve kritiek** 🡪 hier wordt pathos en ethos ook meegenomen 🡪 reeel publiek). En een waarbij de redelijkheid die kritische beoordelaars als richtsnoer nemen (**argumentatieve kritiek** 🡪 enkel logos, gebaseerd op ideaal publiek).

**Andeweg en De Jong – De eerste minuten**

In dit hoofdstuk worden de volgende vragen beantwoord:

* Wat is de context waarbinnen de klassieke welsprekendheidscultuur tot ontwikkeling is gekomen?
* Welke opvattingen hebben de klassieke handboekschrijvers over de functies en het belang van de inleiding van toespraken?
* Welke technieken adviseren zij waarmee sprekers deze functies kunnen vervullen?

Methode: om de vragen te beantwoorden zijn klassieke werken geanalyseerd: rhetorica ad alexandrum (oudst overgeleverde retoricahandboek, enige overgebleven sofistische boek), rhetorica (aristoteles, biedt een filosofische reflectie op de retorische praktijk, niet zoals Quintilianus’ wel advies gaf. Hij heeft grote invloed gehad met zijn indeling van de soorten welsprekendheid en zijn behandeling van de overtuigingsmiddelen), inventione (cicero, geeft een uitgebreide bespreking van de eerste taak, de inventie), rhetorica ad herennium (pseudo cicero, en bespreekt de vijf taken van de spreker), de oratore, cicero (bestaat uit de drie vormen van toespraken, gebaseerd op plato), de paritione oratoria (cicero, beknopt retoricahandboek met de bronnen van de spreker, de delen van de toespraak en de aard van zaken en publiek), Institutio oratoria (quintilianus, de opleiding tot redenaar en is omvangrijkste handboek voor de opleiding tot redenaar en Quintilianus geeft vaak zijn mening).

Het onderzoek presenteert de oorspronkelijke brontekst en citeert uitgebreid om de controleerbaarheid van de analyse zo groot mogelijk te maken.

**2.3 de klassieke welsprekendheidscultuur**

De grieken waren de kraamkamer voor de retorica, maar de romeinen hebben hem echt verbeterd. In Athene kwam steeds meer de macht bij de burgerij te liggen, nadat tirannen door het volk werden afgezet. De aristocratie begreep vanaf dat moment dat vrije burgers meer invloed op de rechtspraak en politieke beslissingen moest uitvoeren, die tot dan toe enkel mogelijk waren voor aristocratische adviseurs. De democratie was geboren, die een stimulans betekende voor de ontwikkeling van het spreken in het openbaar en de theorievorming daarover. Vanaf dat moment minimaal 60.000 volksvertegenwoordigers bij stemmen en 1500 bij rechtszaken als jury die mee mochten beslissen over nieuwe wetten, uitspraken etc. Spreken in het openbaar is van essentieel belang, om verantwoording af te leggen voor hun taak, om hun mening te geven over een voorstel of om zich vrij te pleiten van beschuldigingen 🡪 enkel het vastleggen van getuigenissen en wetten werd namelijk op papier gedaan.

**Er waren nog geen advocaten of openbaar ministerie dus burgers werden gedwongen om goed te leren praten, omdat het risico bestond voor de rechter gesleept te worden.** Naast politiek en rechtspraak vroegen ook andere gelegenheden om goede sprekers zoals dodenherdenkingen. Rondtrekkende **sofisten**, leraren welsprekendheid, werden in Athene dan ook met open armen ontvangen.

**3 soorten sofisten:**

* Leraren die overtuigend spreken doceerden in de door hen speciaal opgerichte scholen
* Speechschrijvers, logografen, die toespraken schreven waarmee aangeklaagden zich voor de rechtbank konden verdedigen. Deze schrijvers analyseerden de zaak, kozen een strategie en schreven een toespraak. De aangeklaagde moest wel zelf presenteren.
* De rondtrekkende intellectuelen, professionele sprekers die over uiteenlopende filosofische onderwerpen voordrachten hielden. 🡪 bv. Gorgias.

🡪 Socrates en Plato gaven kritiek op de ideen en werkwijze van de sofisten. Als moralisten (gericht op de absolute waarheid), verafschuwden Socrates en Plato het retorische uitgangspunt van het bepleiten van het waarschijnlijke, omdat volgens de sofisten de waarheid onmogelijk te achterhalen is. Plato: sofisten schrokken niet terug voor het bespelen van de emoties van het publiek en zij konden alles wat krom is recht praten.

Demosthenes was de belangrijkste redenaar van de vierde eeuw en begon zijn carriere als logograaf. Lysias werd bewonderd omdat hij zijn kunstgrepen uitmuntend kon verbergen.

Naast verzamelbundels toespraken werden er ook retorica handboeken (**technai**) gepubliceerd. Ze bevatten recepten voor spreken in het openbaar. Het enige dat uit die tijd is overgebleven is het Rhetorica ad Alexandrum. Tegelijk kwam Aristoteles met zijn boek uit die kritiek leverde op de sofisten en ideeen van hen overnam.

Toen de democratie beeindigt werd, werd het idee wel doorgezet in de tijd van Alexander de grote in het onderwijs. Zo ontstond er op scholen het idee van het oefenen, **progymnasmata**, voor de **declamatieoefening**, waarbij je schrijfoefeningen moest doen. Hieruit ontstond een canon van schrijfoefeningen: fabel, verhaal, anekdote, maxime, refutatie, confirmatie, gemeenplaats, lofrede, smaadrede, vergelijking, ethopoeia (jezelf in iemand verplaatsen), beschrijving, stelling en betoog voor of tegen een wet. Ook kregen ze losse onderwerpen waar ze vervolgens een argumentatie over moesten schrijven.

* + 1. **Romeinse welsprekendheidscultuur**

Na de verwoesting op Carthago namen de Romeinen de macht in de Griekse wereld en kregen ze kennis van de welsprekendheid. Ze namen Griekse retoricadocenten in dienst en bestudeerden handboeken. Zo werd Hermagoras een voorbeeld voor de handboeken van Cicero. Cicero heeft in zijn handboeken over de vijf taken geschreven. Hij heeft geschreven, gesproken, maar werd een vijand van Marcus Antonius en werd vermoord.

Hoe ontwikkelen de drie welsprekendheidssoorten zich na de dood van Cicero? 🡪 de politieke welsprekendheid werd door de keizers beperkt, keizers namen weer de beslissingen. De juridische welsprekendheid bleef bestaan want deze bleef een onafhankelijke status houden. De romeinen kenden echter wel beroepsadvocaten. De jury bestond vooral uit senatoren en er waren ook rechtscolleges die onderzoek deden naar omkoping bv. Cicero raadde wel een onderscheid in spreekstijl aan voor de senaat of volksvergadering: senaat, college van deskundigen, volk, zonder al te veel ophef.

De ceremoniele welsprekendheid werd na Cicero belangrijker. Het werd door de keizers gevaarlijker om juridisch of politiek te spreken, waardoor je al je praal in je ceromoniele betoog kon proppen.

Vervolgens komt Quintilianus: hij was eerst advocaat maar schrijft vervolgens alles op in zijn Institutio oratoria 🡪 met lessen over welsprekendheid, doel: de mogelijkheid om in elke situatie effectief te spreken. Want opleiding tot retor bestond tot dan toe in van jongs af aan leren van grammatica, grieks en latijn, dan praeexercitamenta, opstellen schrijven, bij de retor en ook spreekbeurten houden. Dan allerlaatst de declamatie, een politieke toespraak of een juridische toespraak. Naast deze eindtoets kon ook een stage onderdeel zijn van het leerprogramma, **leerschool van het forum** genoemd.

* 1. **de toespraak**

**Tria genera causarum**: drie soorten welsprekendheid. Politieke rede (genus deliberativum), juridische rede (genus iudiciale 🡪 is voor het voor en tegenstemmen van politieke onderwerpen, cicero heeft er ooit een over geluk gehouden omdat hij vond dat geluk een doel was om naar te streven in de politiek), gelegenheidstoespraak (genus demonstrativum)

Afbeelding met tekst, Lettertype, schermopname, ontvangst

Automatisch gegenereerde beschrijving

Quintilianus maakte hier nog een onderscheid: gelegenheid ging over een certum, vaststaand gegeven 🡪 hier is toeschouwer toehoorder die alles op zich in laat werken en eerder onder de indruk raakt dan overtuigd. De andere twee over een discussiepunt, een dubium 🡪 hier is toeschouwers scheidsrechter.

Houdt er rekening mee dat sommige toespraken uit de oudheid fictionaliteit is (omdat deels voor educatie doeleind is bedacht) en dat redes vormen van entertainment zijn, waardoor ze ook niet allemaal waar zijn.

**Takenleer (officia oratoris) van de spreker:**

1. inventio 🡪 vinding van stof en bepalen van status van de zaak. Hierbij horen dus alle argumenten en overtuigingsmiddelen ethos pathos en logos. De vindplaatsen voor argumenten heten topoi of loci, omdat veel argumenten in uiteenlopende omstandigheden opnieuw toegepast werden ontstonden de loci communes: standaardargumentaties.
2. Dispositio 🡪 ordening van de inhoud. (van exordium tot peroratio). Sterkste argumenten begin en eind, zwakst in het midden
3. Elocutio 🡪 verwoording en stijl. Dit moet voldoen aan de vier stijldeugden correct, duidelijk, aantrekkelijk en passend. Ook kijken naar de genus grave, genus medium en genus humile 🡪 hoge lage of middenstijl.
4. Memoria 🡪 onthouden
5. Actio 🡪 presentatie van de toespraak. Stemgebruik, gebaren en gelaatsuitdrukkingen.

Onderdelen presentatie

1. Exordium: aandacht, begrip en aanvaarding.
2. Narratio: instrueren van het publiek. Is bondig en geloofwaardig, wie wat waar wanner waarom? 🡪 dit kan in de inleiding, maar ook verspreidt in de toespraak of na de inleiding. Afhankelijk van de voorkennis van het publiek.
3. Propositio: standpunt vooraf 🡪 aanduiding geschilpunt, beslisvraag waar rechter antwoord op moet geven, dan antwoord op de vraag dat verdedigd zal worden. 🡪 inhoudelijk voorbereiden van het publiek.
4. Partitio: kondigt hoofdargumenten van betoog aan. Het liefst drie punten, want te veel gaat men vergeten. Bij moeilijkliggende zaken mag je haar overslaan (een sterk vooringenomen publiek moet je namelijk niet al presenteren hoe je haar gaat verleiden voor een moeilijk standpunt)
5. Argumentatio: confirmatio (bekrachtiging eigen standpunt) en refutatio (ontkrachting van het betoog van de ander).
6. Digressio: uitweiding,
7. Peroratio: slot 🡪 recapitulatie en affectus. Argumenten samenvatten en het publiek ontroeren, een effect achterlaten. Je kan dit doen door medelijden/verontwaardiging op te roepen of door de jury onwillend te stemmen ten opzichte van de ander. Amplificeren en bagatelliseren werkt hier ook goed.

🡪 Al deze regels kunnen tot een saai effect leiden, maar ze kunnen effectief zijn als je ze intelligent toepast aldus Quintilianus.

* 1. **inleidingsfuncties**

Verhalende, stellende en aankondigende elementen uit de narratio, partitio en propositio kunnen onderdeel zijn van het exordium. Bij Aristoteles is de propositio zelfs een vast onderdeel van een inleiding.

Een inleiding heeft 3 functies voor de spreker bij het publiek:

1. **attentum** 🡪 aandacht trekken. De aandacht kan verslappen door onbenulligheid van de zaak of door verzadiging van het publiek (er kunnen toespraken aan vooraf zijn gegaan, waardoor het publiek kan verslappen). Aristoteles vond aandacht niet altijd een vereiste, vooral als je een slechte zaak had, maar volgens Quintilianus was het van belang voor het dan om de tuin leiden van rechters.
2. **Iudicem benevolum parare** 🡪 welwillend maken van de luisteraar door voor jezelf sympathie op te wekken en bij de tegenstander antipathie
3. **docilem parare** 🡪 begrijpend maken, duidelijk maken wat je gaat vertellen. Bij de Grieken betekende dit, zorgen dat het publiek het kan begrijpen. Bij de romeinen betekende dit: het begrijpelijk willen maken 🡪 zorgen dat het publiek het wil begrijpen 🡪 maar dat is volgens Jaap onlogisch want dat zit eigenlijk al in de eerste twee functies van de inleiding, dus de grenzen tussen de begrippen vervagen dan. Kortom: de docilem parare zorgt er vooral voor dat het publiek in staat is om de toespraak te begrijpen 🡪 dat er ook aandacht en aanvaarding komt is dan mooi meegenomen.

**Is de inleiding noodzakelijk?**

* **Juridische toespraak:**

Volgens Aristoteles waren een standpunt en argumentatie voldoende, echter hij wist dat je te maken had met een reëel publiek 🡪 deze gaat af op emoties dus een inleiding was handig om die emoties al te sturen door welwillendheid te creëren. Echter bij onbelangrijke zaken, of als de aandacht van het publiek al slap is kan deze beter overgeslagen worden aldus Cicero. Ook Quintilianus zegt dit, als de rechter al genoeg kennis heeft of als het niet nodig is om hem in de juiste stemming te brengen. Als de tijd ook dringt 🡪 kom meteen ter zake.

* **Politieke toespraken:**

Aristoteles en Quintialianus: met de deur in huis vallen is wellicht onbeleefd. Dus inleiding is elegant. Cicero vindt ze onnodig (aanwezigen zijn er toch al uit interesse voor beraadslagingen),

🡪 KORTOM: het exordium is volgens de klassieken een essentieel onderdeel. Enkel in speciale gevallen (onderwerp is voldoende bekend, evident, of beperkt in omvang, als de zaak zeer dringend is of als het publiek al sympathie heeft) kan hij overgeslagen worden.

* **Lofrede:** altijd van belang

**Doxa leer: systematische leer over de inleiding 🡪 de aard van de zaak hangt volgens Hermagoras van de doxa af en hoe de spreker zich hiertoe verhoudt. Deze doxa bepalen welke functie de inleiding krijgt.**

* **Doxa:** normen en waarden van het publiek.
* **Schema endoxen:** de spreker strookt met de normen van het publiek (doxa)
* **Paradoxen:** de spreker gaat lijnrecht tegen de normen in
* **Amphidoxen:** deels met de waarden en normen overeen stemmen en deels mee in strijd zijn
* **Adoxen:** neutraal zijn tegenover de normen en waarden van het publiek.

**De aard van de zaken:**

* Eerbare zaak (endoxen of honestum) 🡪 heeft geen inleiding nodig 🡪 dus als spreker strookt met de normen van het publiek, hoef je geen inleiding op te voeren want het publiek heeft al welwillendheid voor de zaak. Enkel docilem parara voor begrip of benevolum parare voor extra sympathie.
* Onverwachte of schandelijke zaak (paradoxen of turpe) 🡪 vraagt om een benevolum parare als het publiek deels vijandig is (dus sympathie deels opwekken) of een indirecte inleiding (niet direct vragen om sympathie of begrip, maar hier omheen praten)
* Tweeslachtige zaak (amphidox, dubium) 🡪 benevolum parare noodzakelijk (sympathie winnen voor de eerbare aspecten, ook al heeft het oneerbare aspecten)
* Onbelangrijke, waardevrije, neutrale zaak (adoxen, humile) 🡪 vraagt om attentum parare (aandacht trekken zodat men zal gaan luisteren)
* Duistere zaak (parakolouthêton, obscurum) 🡪 docilem parare (begrip is nodig, een duistere zaak is een moeilijk te volgen zaak of een zaak die wordt voorgelegd aan een publiek van traag begrip).

Afbeelding met tekst, Lettertype, schermopname, ontvangst

Automatisch gegenereerde beschrijving

* 1. **inleidingstechnieken**

**Adviezen voor een goede inleiding**

* **topieken voor attentum, docilem en benevolum voor een directe, gewone inleiding**
  + **Attentum parare: hoe trek je aandacht**

1. Vier topen (onderdeel inventio)

1. Belang voor het publiek benadrukken door te richten op nieuwsgierigheid, het eigenbelang en verantwoordelijkheidsgevoel van het publiek.
2. Letterlijk om aandacht vragen (niet artistiek)
3. Beloven het kort te houden
4. Iets geestigs presenteren (humor)

2. Selectiestijlmiddelen (onderdeel elocutio)

Houdt ze beperkt. Apostrofe (wenden tot iemand), prosopoeia (sprekend opvoeren van een imaginair persoon, de rol van een ander persoon aannemen), exempla (historisch voorbeeld), figuurlijk taalgebruik (vergelijking, metafoor, ironie)

* + **Benevolum parare (welwillendheid in inleiding creeren)**
  + 4 bronnen om uit te putten voor het welwillend stemmen van het publiek
    - **1. De spreker zelf (ab nostra persona)**

Je kan welwillendheid krijgen door uit de spreker en je cliënt te putten en jezelf neer te zetten als iemand die sympathie verdient.

**Door 1. Jezelf als geloofwaardig voorstellen (goed persoon met goede motieven**), maar mag niet arrogant zijn. De motieven mogen ook niet uit eigenbelang komen, maar getuigen dat ze hoogstaand zijn en voor het algemene belang daartoe gedwongen door tegenstanders die hem willen verslaan en niet dit opbrengt om de rechter te belasten. Als advocaat niet te veel jezelf prijzen.

**Door 2. Eigen partij te prijzen** (benoem kwaliteiten van cliënt die die met luisteraars overeen heeft. Als hij het zelf zou doen kan het arrogant overkomen)

**Door 3: indruk wekken improviserend te spreken** (deze indruk wek je door je eigen woorden te plakken aan de woorden van de vorige spreker). Het is van belang ad rem op uitspraken te reageren, want een vooraf geconstrueerd verhaal doet vermoeden dat die vol strategie en misleiding zit. Een geimproviseerd verhaal komt uit het hart.

**Door 4. Vooroordelen tegen de spreker weg te nemen** (bij politieke reden kunnen die bestaan uit vooroordelen op basis van situaties in het verleden bv. Eerder slecht gedrag of op de huidige situatie bv. Leeftijd. Dit kun je doen door te zeggen gebeterd te hebben of door vooroordelen te verwerpen. Of door jonge leeftijd als voorbeeld je opleiding en ervaring noemen.) (bij juridische toespraak door te anticiperen op de tegenargumenten en hier gebruik van maken en door iemand anders de schuld te geven. 🡪 dus bagatelisseren, weerleggen of door schuld te accepteren en te compenseren of verexcusering).

**Door 5. De underdogpositie in te nemen** (dit wekt medelijden 🡪 mensen hebben zwak voor vechten tegen moeilijkheden).

* + - **2. De tegenstander (ab adversariorum persona)**

Door 1. **Tegenpartij zwart maken** (afkeer, jaloezie en minachting oproepen 🡪 gebaseerd op karakter, sociaal-economische en morele waarden. 🡪 door amplificatie of daden te bagatelliseren).

Door 2. **Verdachte eigenschappen van de tegenstander te prijzen** (prijs een verdachte eigenschap en kraak vervolgens een krachtig punt af)

* + - **3. De rechter/publiek (ab iudicum persona)**

**Door 1. Vleien en prijzen (**bijvoorbeeld door te benoemen hoe naar hun beslissing gekeken wordt)

**Door 2. Gemeenschappelijke benadrukken** (benadruk een reden dat rechters of publiek met spreker verbonden is)

**Door 3. Bang maken of geruststellen** (door te zeggen dat rechters verkeerd kunnen beslissen en hun baan naar iemand anders kan gaan, of rechtstreeks rechters bedreigen hun aan te klagen. Of door een situatie van de zaak aan te halen en te zeggen dat dit niet met publiek of rechter te maken had)

* + - **4. De zaak zelf (a causa) 🡪 sterk de adiuncta causae (aspecten die zijdelings met de zaak en de persoon verbonden zijn 🡪 verwachting volk, tijd, plaats, situatie, publieke opinie etc.) benadrukken en het belang van het onderwerp voor het publiek benadrukken**

**Door 1. Lichtpunten van de zaak te noemen** (de positieve punten van de zaak al benoemen, zodat het publiek al welwillend is te luisteren)

**Door 2. Verantwoordelijkheid voor ongunstige zaak afschuiven** (De spreker moet de schuld voor zijn problematische voorstel leggen bij noodzaak, het lot, de omstandigheden en overwegingen van passendheid). 🡪 Wilders met BTW verhoging tijdens APB

* + - Overige technieken
      * **Begrip vragen voor gebrekkige toespraak** (ab oratione 🡪 begrip vragen voor de lange, ouderwetse of onbetrouwbare toespraak door omstandigheden te benoemen 🡪 Nicolien van vroonhoven 6 dagen)
      * **Een prijzenswaardig persoon prijzen** (Dit gebruik je in een lofrede en stemt welwillendheid voor de persoon van lof. Lof uitgaande van de lofspreker, de laureaat, het publiek en de feiten) Ook benoemen dat je als lofrede plicht hebt om te spreken wegens of de laureaat, relatie met persoon, of karakter persoon etc.
  + **Docilem parare (begrip in inleiding creeren)**
    - **De kern van de zaak geven** (stelling of standpunt kenbaar maken. Beleidsvoorstel, centrale stelling gelegenheid, standpunt in rechtszaak) 🡪 komt overeen met propositio bij Romeinen.
    - **Aankondiging van de hoofdpunten (van de narratio): partitio**

Volgt er een lange feitenuiteenzetting (narratio), dan kun je als spreker op het einde van de inleiding een aankondiging geven van de punten die gaan komen. (partitio valt dan deels binnen exordium). 🡪 kan aandacht en duidelijkheid geven.

* + - **De korte voorgeschiedenis van een zaak geven: narratio** (als de feiten klein zijn en bij het publiek bekend dan kunnen ze in de inleiding, want als zelfstandig deel zouden ze dan te kort zijn.
  1. **Overige inleidingsadviezen.**

Twee soorten exordia:

1. **Principium**: directe inleiding (af te raden als publiek overtuigt is door tegenpartij, er een oneerbare zaak is waarvan onderwerp het publiek van spreker vervreemdt of als publiek vermoeid is).
2. **Insinuatio**: de indirecte inleiding (via maskering en omweg naar het hoofd van de toeschouwer gaat).
   1. **Vierstappen techniek** om de onwelwillendheid tegen de zaak geleidelijk aan weg te nemen.
      1. **Over iets anders beginnen dan de gewraakte persoon of zaak** (hierdoor worden positieve gevoelens opgewekt en verbergt de spreker wat hij verdedigt)
      2. **Gedeeltelijke concessie: meegaan met tegenstanders** (stap voor stap zeggen dat de zaken die tegenstanders verontwaardigen, ook jouw verontwaardiging oproepen).
      3. **Beschuldigingen van de hand wijzen** (als toeschouwer door stap 1 en 2 milder gestemd is, aangeven dat geen enkel punt van de aanklacht op jou betrekking heeft)
      4. **Preteritio (**aangeven dat je iets niet over je tegenstander zal zeggen, en toch ongemerkt via een inlassing dit doen en daarmee afstand nemen van het directe oordeel)
   2. **Een vergelijkbare zaak met gunstige uitslag aanvoeren** (alternatief voor vierstappen techniek)
   3. **Beloven in te gaan op de tegenstanders (**beloof nadat de tegenpartij de luisteraar heeft gewonnen, in te gaan op het sterkste punt van de tegenpartij of het laatste punt dat tegenpartij genoemd heeft. Dit kun je op twee manieren doen: **dit enkel roepen** (dubitatio, hoe kan ik dit het beste doen? 🡪 gespeelde twijfel) of **dit daadwerkelijk doen** (bewijsstuk aanvoeren).
   4. **Beginnen met iets dat gelach kan oproepen** (humor of stijlmiddelen als fabel, plausibel verhaal, karikatuur, understatement, dubbelzinnigheid, suggestieve opmerking, sarcasme, dwaasheid, overdrijving, bagatellisering, woordspeling, onverwachte wending, vergelijking, nieuwtje, versregel, hatelijkheid of compliment aan het adres van iemand)
   5. **Iets droevigs, iets nieuws of gruwelijks inlassen**
   6. **Beloven korter en anders dan voorbereid te spreken** (anders spreken dan voorgangers door aan te geven anders te spreken dan men normaliter spreekt)

**Ondeugdelijke inleidingen** (vitia)

🡪 moeten vermeden worden (virtutes zijn functionele inleidingen 🡪 inleiding is dan nauw verbonden met de rest van de toespraak en vormt een geheel.)

1. **Vermijd een onpersoonlijke inleiding (vulgare)** 🡪 kan aan meer dan een zaak aangepast worden
2. **Vermijd een algemene inleiding (commune) 🡪** kan ook door tegenstander gebruikt worden
3. **Vermijd een omkeerbare inleiding**
4. **Vermijd een irrelevante inleiding (separatum)**
5. **Gebruik geen inleiding uit een andere toespraak (translatum**) 🡪 kan misplaatst zijn als die een ander effect sorteert dan wat de aard van de zaak vereist. (bijvoorbeeld ontvankelijk maken, of nieuwsgierig terwijl eigenlijk welwillendheid nodig is)
6. **Vermijd een te lange inleiding (longum)** 🡪 eenvoudige zaken kort, ingewikkelde zaken mogen een langere inleiding.
7. **Vermijd een inleiding die tegen de principes indruist (contra preacepta)** 🡪 realiseert namelijk niet de drie functies (aantrekkelijk, begrip, aanvaarding)
8. **Vermijd een te gekunstelde inleiding (conpositum)** 🡪 moet niet te veel op pathos inspelen.
9. **🡪 modern: vermijd cliche en vermijd excuus**

**Wanneer een inleiding schrijven?**

Je moet eerst **een grondige analyse maken van de sterke en zwakke punten van de zaak,** dan kies je de stof voor de inleiding. Ook raadt Cicero aan in de volgorde van het betoog te werk te gaan in de elocutio.

Opbouw inleiding

Bij een juridische of politieke zaak: eerst docilem parare (stellingname), attentum parare (aandacht), benevolum parare (welwillendheid). Zijn er wel anti-gevoelens dan: benevolum parare met tegenargumenten, docilem parare en dan pas attentum parare.

Na de inleiding moet de volgende alinea nauw aansluiten bij de inleiding. Het moet duidelijk zijn wanneer narratio begint, maar overgang moet vrij naadloos zijn. Bij een lange narratio is een partitio een passend einde voor een inleiding.

Stijl: elocutio 🡪 in de inleiding moet een gematigd en gebruikelijke woordkeuze zitten, zodat het niet te veel bestudeerd lijkt. Een improvisatie stijl zou goed zijn, middels bijvoorbeeld een sententie. 🡪 volgens Quintilianus die meent dat rechters het niet hebben op zelfvertrouwen van vakmanschap.

Instuderen van de inleiding, memoria: De spreker moet weten wat zijn eerste woorden zullen zijn. Goede voorbereiding is van belang ook op schrift (het schrijven leidt tot de juiste rangschikking en combinatie van woorden in de eigen ritmiek, volgens Cicero). 🡪 veel oefening baart kunst

Uitvoeringsadviezen: actio 🡪 veronderstelt beheersing stemgebruik, gebaren en gelaatsuitdrukkingen. 🡪 deze laatste is het belangrijkst want die kan emoties oproepen.

Bij de presentatie moet je:

* **Onberispelijke uiterlijke verzorging hebben, zonder overdrijving.**
* **Even wachten voor aanvang** (zorgen dat je goed staat en maak je gereed voor de presentatie)
* **Kalm en beheerst spreken** (maar wordt niet monotoon en laat het deels improviserend klinken zonder te hakkelen).
* **Rustige lichaamsbeweging, ingetogen bewaren** (na de inleiding mag deze controle afnemen)
* **Het tonen van bevangenheid (spreekangst): dit is juist goed. Cicero** (de grootste sprekers hebben angst omdat ze weten dat woorden vaak anders overkomen dan ze bedoelt zijn én als je een foutje maakt wordt je er op aangerekend 🡪 redenen om je zorgen te maken. 🡪 het werkt als kracht en je kan het ook simuleren.

Overzicht technieken en soorten welsprekendheid

Afbeelding met tekst, schermopname, Lettertype, document

Automatisch gegenereerde beschrijving

De meeste adviezen zijn bedoeld voor het juridische genre. Vooral de Ad Alexandrum geeft veel adviezen voor politieke redes. De auteur van Ad Herennium koppelt de lofrede niet aan de functie drieslag, maar aan de viertal benevolumtopen: lofspreker, laureaat, publiek en feiten.

*Context.* De ontwikkeling van de welsprekendheid bij de Grieken kwam voort uit de ingevoerde juryrechtspraak (met wisselende vrije Griekse burgers als juryleden) en de noodzaak zichzelf te kunnen verdedigen tegen aanklachten. Bovendien wer- den steeds meer belangrijke politieke beslissingen genomen na publieke debatten in de volksvergadering. Het toenemende belang van welsprekendheid zorgde ver- volgens voor een essentiële plaats in het onderwijs. De retoricadocenten ontwik- kelden langzamerhand een uitgebreide theorie, gebaseerd op de welsprekendheid van de beste redenaars van hun tijd. Van de drie onderscheiden soorten welspre- kendheid is de *juridische* het meest uitgewerkt, vooral bij de Romeinen, bij wie ook de rechtspraak steeds verder geprofessionaliseerd werd. De Grieken gaven meer aandacht aan de *politieke* welsprekendheid, omdat er in hun democratie meer vrij- heid en noodzaak was om in de politiek arena aan te treden. Duidelijk minder prominent komen de *gelegenheidstoespraken* aan bod, zowel in de Griekse als in Romeinse handboeken. In de Romeinse keizertijd, toen de vrijheid om te spreken in processen of politieke vergaderingen werd beperkt, kwamen gelegenheidstoe- spraken (de epideiktische welsprekendheid) in het onderwijs en het openbare leven centraler te staan. Ze namen de vorm aan van declamaties over historische en my- thologische onderwerpen. Deze meer literaire welsprekendheid, die vooral gericht was op esthetische bevrediging, leidde bij tijdgenoten van Quintilianus – en ook al eerder ten tijde van Gorgias – al tot een formalistische kunst, niet geschikt voor gerechtshof of politieke vergadering.

*Technieken.* Van de inventioadviezen zijn de meeste technieken om de inleidings- functies te vervullen gericht op het welwillend (benevolum) maken van het publiek, zoals zichzelf als geloofwaardig voorstellen, vleien van de luisteraar, zwart maken van de tegenpartij, en lichtpunten van de zaak noemen. Minder geadviseerde tech- nieken beogen het publiek begrijpend (docilem) te maken, zoals de kern van de zaak (de stelling) geven. En in aantal daartussen in bevinden zich de aandachts- technieken: bijvoorbeeld letterlijk om aandacht (attentum) vragen en vooral het belang van het onderwerp voor het publiek benadrukken. In voorkomende gevallen kunnen ook andere delen van de toespraak, zoals de narratio, de propositio en de partitio onderdeel uitmaken van de inleiding (ordo artificialis).

Ook bevatten de handboeken adviezen voor het vermijden van gebreken (vi- tia) in inleidingen, zoals een onpersoonlijke, algemene, irrelevante of te lange inlei- ding. Opvallend is nog dat sommige technieken meerdere functies tegelijk kunnen vervullen. *Het uiteenzetten van het belang van het onderwerp voor het publiek* bij- voorbeeld kan bedoeld zijn om aandacht te krijgen, maar evenzeer kan hiermee de welwillendheid van het publiek voor het onderwerp nagestreefd worden (*lichtpun- ten van de zaak noemen*).

Door de kennis van de welsprekendheidscultuur zijn we nu beter in staat specifieke inleidingsadviezen te plaatsen. De Grieken raden bijvoorbeeld de aan- klager sterk aan direct een zo gunstig beeld van zijn motieven te geven om te gaan spreken (*zichzelf als geloofwaardig voorstellen*). Dit advies is te begrijpen in het licht van de zeer lage dunk die de luisteraars vaak hadden van de beroepsaanklagers. Ook komt de grote nadruk op het veiligstellen van het eigen ethos (*zichzelf als ge- loofwaardig voorstellen* en *de eigen partij prijzen*) en het aantasten van de geloof- waardigheid van de tegenstanders (onder meer *de tegenpartij zwart maken*) minder overdreven over in een cultuur met juryrechtspraak, waarin algemenere oordelen over de betrouwbaarheid en geloofwaardigheid van de spreker een grotere rol spe- len in de oordeelsvorming en waarin bovendien de rechtsregels over bewijsmidde- len nog onderontwikkeld zijn.

**SV 229-231**

De hoofd vitia: vermijd cliche begin en vermijd excuus.

Sommige technieken in de tabel – met name benevolumtechnieken (bijvoor- beeld *de eigen partij prijzen*) – worden in de 20e eeuw niet meer geadviseerd voor de inleiding. Dit is waarschijnlijk het gevolg van de veranderde context voor de advie- zen. Behandelden de antieken de voorschriften vooral, maar niet alleen, in het licht van een juridische context, de moderne adviseurs lijken zich vooral op een algeme- ne situatie te richten en zeker niet meer exclusief op de rechtszaal.

**Davies – Gebakken lucht**

**p. 70-76**

Hierin wordt de lopende band journalistiek besproken: het reproduceren van persberichten achter je bureau. Het nieuws is een nieuwsfabriek geworden. Journalisten zijn niet meer in staat de basishandelingen voor hun normale werk te verrichten en kunnen hun lezers daardoor niet meer vertellen wat er in hun omgeving werkelijk gebeurt. Journalisten worden gereduceerd tot passieve machines.

**p. 95-136**

Elke krant is afhankelijk van persbureaus, want tegen persbureaus doen belangrijke mensen hun verhaal. De journalisten zetten de verhalen van persbureaus én van pr vervolgens weer om tot artikelen. Persbureaus zijn inmiddels zo naamsbekend dat ze ook niet meer nagetrokken worden. Maar ook persbureaus hebben weinig personeel. Dus als kranten zich op persbureaus focussen, blijven veel verhalen onder belicht. Persbureaus nemen wel extra personeel aan, maar ook het aantal artikelen wordt opgeschroefd. Dus de nationale nieuwsfabriek kan zelf niet meer door gebrek aan mankracht de pagina’s vullen en neemt daarom een toevlucht tot persagentschappen die ook weer een hoop beperkingen kent. Dus door een ernstig tekort aan tijd en een wanhopige vraag naar materiaal zuigt het systeem, dat zichzelf zou moeten beschermen met strenge controles, in plaats daarvan alles op dat maar enigszins op een verhaal lijkt 🡪 dit is een gouden kans voor pr branches.

Pr makers maken namelijk iedere dag verhalen, zoals pr voor politiebureaus bijvoorbeeld. Steeds vaker ging pr berichten onderdeel uitmaken van het nieuws. Dit omvatte vooral nieuws die niet per se heel veel nieuwswaarden hadden. Maar pr houdt ook bewust verhalen uit de pers, en die krijgen journalisten dan ook nooit te horen. Pr bepaalde dus de agenda van de pers. Pr is niet altijd slecht, maar de nieuwsfabriek doet er te weinig mee om uit te zoeken wat echt is en wat niet. Doordat alles vaak uit dezelfde persbureau poule wordt gehaald, krijg je het idee dat er een eenvormig beeld van de wereld wordt geschetst. Bovendien schrijven persbureaus vaak voor wat het ‘belangrijkste’ nieuws zou zijn in de ochtend, waardoor iedereen uit dezelfde informatie put.

Persbureaus houden daaropvolgend ook kranten in de gaten, want de krant maakt nog steeds unieke stukken. Regionale bronnen houden ook kranten in de gaten, want die halen veel hier uit. Maar ook veel pr-mensen houden de persbureaus in de gaten. Doordat de persbureaus de kranten in de gaten houdt, stellen ze gedurende de dag hun lijst met ‘belangrijkste’ nieuws bij. Uit onderzoek blijkt dat van de grote kranten, 70 procent gebaseerd is op persbureaus en dat het nieuws dat gepresenteerd wordt ofwel in andere kranten heeft gestaan ofwel ook op tvnieuws is verschenen 🡪deze eenstemmigheid is onbetrouwbaar 🡪 je ziet vaak de echte lijn in de verhalen die niet het nieuws halen.

De toevoer via het persbureau is ook door hun schaarse personeel kwetsbaar en wordt bezet door jounralisten die geen tijd krijgen om dingen na te trekken en die aangemoedigd worden zich vooral te richten op de correcte weergave van citaten die ze plaatsen, maar niet op het waarheidsgehalte ervan én de pr toevoerlijn is weer bedoeld om standpunten te verkopen 🡪 dit zorgt voor vatbaarheid in de journalistiek voor propaganda, verdraaiingen en irrationaliteit.

Maar we moeten niet overdrijven: 1. Journalistiek is altijd al bedreigd. 2. Er zijn nog steeds kranten die originele stukken schrijven 3. De journalisten die nu schrijven zijn beter dan lopende band werk.

🡪 maar blijft een feit: meeste werk is tweedehandsmateriaal dat niet wordt nagetrokken van mensen afkomstig is die onbetrouwbaar zijn en soms zelfs manipulatief.

Deze trend zie je over de hele wereld en je ziet dat meer en meer bedrijven fuseren waardoor de media in steeds minder handen is. Maar omdat journalisten niet weten wat er speelt in hun eigen land, kunnen ze dit ook niet naar andere landen rapporteren. Ook buitenland correspondenten of freelance buitenland correspondenten zijn er nauwelijks meer omdat alles draait om maximale winst, en deze zijn te duur.

Er wordt dus minder bericht over de wereld dan vroeger, zorgt voor: 1. Informatievacuüm (alles blijft nu vaak binnenland nieuws en je komt niet meer zo veel over de wereld te weten), 2. Er ontstaat eenvormig, conservatief beeld van de wereld. Wanneer men wel over buitenland nieuws wil berichten dan zijn er slechts 2 grote internationale persbureaus: reuters en associated press (maar probleem: toont slechts een fragment van de wereld, hoogstwaarschijnlijk ook berust op pr en wordt in zon grote mate overgenomen). Deze 2 grote bedrijven hebben slechts enkele concurenten over de wereld (CNN, BBC en Al Jazeera bijvoorbeeld) die als internationale nieuwszender opereren en zelf deels nog hun nieuws maken.

Maar voordelen van AP en Reuters: onpartijdigheid journalisten, ze proberen wel vanuit de hele wereld te berichten. Maar ook deze persbureaus gaan niet over de waarheid, maar over een acurate weergave van wat er is gezegd. Het is ook door personeelstekorten dat dit zo is gekomen, dat men elkaars werk gaat overnemen. Maar ook deze persbureaus zitten maar over max de helft a driekwart van de wereld, dus nooit het hele wereldnieuws kan verteld worden.

Bovendien hebben deze internationale persbureaus vaak 1 mans redacties in het buitenland, dus als er echt iets gebeurt sturen ze op het laatste moment mensen er op af 🡪 maar deze mensen hebben geen tijd voor een follow up of een context bericht, dus het nieuws wordt niet uitgebreid genoeg verteld. Dus eigenlijk ontstaat er een gevoel van nieuwsschaarste omdat alles aan de lopende band gekopieerd wordt, hetzelfde verteld wordt, niet gecheckt wordt etc.

**Pandermaat en de Jong – how newspaper journalists reframe producte press release information**

Het nieuws is sterk afhankelijk van Pr en persbureaus voor het ontdekken van nieuws, maar misschien zijn ze in latere fases van het nieuwsgaringsproces wel minder belangrijk. Dit onderzoek concentreert zich op twee fases en analyseert hoe Nederlandse journalisten persberichten omzetten in nieuwsartikelen. In tegenstelling tot het persbericht bevat het nieuwsartikel vaker contextuele informatie (ipv naam van de instelling), meer negatieve evaluaties en meer aandacht aan broninformatie. Het blijkt ook dat ongeveer de helft van de bronnen persinformatie bevat, maar deze informatie wordt vaak op twee manieren verwerkt: 1. Consumenten informatie toevoegen aan het bericht 2. Reconceptualiseren van het bericht als een zakelijke beslissing. Ze gaan dus afstand nemen van de operatie en reframen het zodat het past bij nieuwsconsumenten. Echter uit de praktijk blijkt dat vaak dezelfde frame wordt aangehouden.

*Inleiding*

Persberichten worden vaak door organisaties zo geschreven dat het interessant zou kunnen zijn voor het hele publiek, zodat journalisten ze overnemen. Hoewel journalisten gemixte gevoelens hebben over deze **informatie subsidies,** beïnvloeden de berichten wel wat de verslaggevers opschrijven. Door de besparing in de industrie, nemen veel journalisten informatie van de persberichten over. Maar zegt men: dit kan ook alleen tijdens de nieuwsverzamelfase zijn. Wellicht is het tijdens het productieproces zelf niet meer zo relevant voor journalisten om persberichten te gebruiken. Dus journalisten zijn wel afhankelijk van persberichten, maar misschien verschilt deze afhankelijkheid per fase van het nieuwsproces.

Tijdens het schrijfproces zijn namelijk vaak oppositional voices zichtbaar en reframen journalisten het pr stuk vaak. Echter, uit onderzoek blijkt dat beweringen soms over medische claims versterkt worden.

Dit onderzoek gaat hier naar kijken. Er komen bijvoorbeeld steeds meer nieuwe producten op de markt waar persberichten voor uitkomen en waar ook journalisten over schrijven, dus men verwacht dat journalisten hier afstand nemen en kritiek leveren op het product en niet enkel de resultaten bespreken. Echter, dat de journalisten hierover schrijven toont wel aan dat ze lezers zien als mogelijk consumenten en niet langer zien als een publiek dat ze moeten informeren als een vorm van dienstverlening. Kortom het is dus niet de vraag of ze de persinformatie gebruiken, maar hoe ze de persinformatie gebruiken met de aanname dat nieuws waardevol moet zijn voor zijn lezers. **Hier wordt niet in het onderzoek naar het nieuwsverzamelproces gekeken, maar wordt achterhaald hoe nieuws wordt opgesteld (selectie, uitbreiding en transformatie van de pers informatie omdat enkel het eindproduct middels een tekstanalyse onderzocht wordt 🡪 met voorbeelden tonen ze al aan hoe een persbericht van KPN bijvoorbeeld meer achtergrond informatie krijgt en hoe journalisten zich distantieren door adjectieven en specificaties van producten weg te halen).**

In dit onderzoek wordt naar de producten zelf gekeken, en hierbij worden technieken van eerdere contextuele studies (naar o.a. nieuws verzamelen en opstellen) én tekstanalyse studies gecombineerd. Eerder werden de stukken zelf bekeken of hoe ze het produceren, nu dus een combi. Er wordt niet naar de productie omstandigheden gekeken omdat juist nu door enkel naar de tekst te kijken zaken opvallen die anders misschien over het hoofd gezien werden. De intentie van de makers hoeft namelijk niet in ogenschouw genomen te worden en het is nu een los product.

*Onderzoeksvragen*

Persberichten bevatten vaak al technieken die in het nieuws ook worden toegepast (**beschrijven verleden tijd en een perspectief vanuit de derde persoon**), echter ze zijn vaak erg bedrijfsgebonden en vertellen vaak enkel goed nieuws. Nieuws en persberichten lijken hier dus soms een genre mix te zijn, maar ze zijn vooral een genre conflict tegenover nieuwsberichten. Want reclame en enkel voordelen bestaan niet in de journalistiek. Want nieuws neutraliseert bijvoorbeeld vaak de inhoud van een persbericht (door feiten ook aan te halen, partijdigheid persbericht te tonen door als nieuws ook andere perspectieven te bieden en de afwezigheid van bias in selectie van specifieke elementen zijn nieuwswaardig, aka nieuws presenteert meer zoals ook context ipv enkel het bedrijf van het persbericht).

Dus hoofdvraag: hoe verschillen persberichten en nieuws in type informatie en welke evaluaties van de producten worden er in nieuws en persbericht gegeven? Hoe veel evaluatieve informatie wordt er gegeven, (kranten meer informatief dan evaluatief)?

🡪 kanttekening dat journalisten ook zelfinteresse in hun stuk hebben, want nieuws moet verkocht worden en daarmee wel nieuwswaardig zijn. Hier komen dus ook nieuwswaarden om de hoek kijken.

*News frames, reconceptualisatie en recontextualisatie*

Nieuws wordt altijd geframed, je geeft altijd maar een stuk van de realiteit en je gebruikt nu eenmaal nieuwswaardes om te achterhalen of iets nieuwswaardig is. Ook persberichten worden geframed en nieuws zal dit reframen. Een zwakke vorm van reframen is **recontextualisatie**: ze accepteren de brontekst, maar geven er extra informatie bij voor de deelnemers of presenteren informatie over de oorzaak, sociaal, tijdelijk of ruimtelijke contrasten. Sterke reframings zijn reconceptualisaties, waarbij een bericht wordt bekritiseerd en er een nieuwe uitspraak over het bericht wordt gedaan.

Een nieuwsframe is bijvoorbeeld kop en lead. Maar ze verwachten dat nieuws in dit onderzoek een **advertentieframe** kent, doordat ze het product gaan benaderen als iets dat de consument moet kopen. Maar ook **innovatie frames** (het omschrijven van een product als een historische doorbraak), user **evaluation frame** (het beschrijven van de kansen en beperkingen van het product) en de **bedrijfs strategie frame** (het nieuwe product bespreken als een zakelijke zet), komen voor. Dit leidt tot twee nieuwe vragen: welke nieuwsframes worden er aangeboden in het persbericht en het nieuws én presenteren de verslagen enkel recontxtualisatie van het evenement of reconceptualiseren ze het in hun verslag in de kop en lead?

*Toeschrijving aan bronnen*

Waar ook naar gekeken wordt is de toeschrijving van bronnen, omdat journalisten verantwoordelijk gehouden kunnen worden voor een statement vandaar dat ze bronnen vermelden. Ze kunnen bronnen in de directe en indirecte rede aanleveren. Daarom nog meer vragen: welke vormen van de derde persoon worden opgevoerd in persbericht en nieuwsbericht? Wat bepaalt de keuze voor directe of indirecte rede? Vaak bevatten persberichten al bronnen, nemen journalisten deze over of zoeken ze nieuwe quotes? Ook vragen als tot welke mate komt informatie van het persbericht terug en hoe zijn ze afhankelijk van de persinformatie?

*Corpus*

In totaal 38 persberichten en 49 nieuwsberichten die betrekking hadden op promotie van telecommunicatie, industrie, transport en financiën. Wanneer extra context toevoegde aan het verslag was dit of nieuwe quotes of extra achtergrondinformatie. Selectie: of eerst persbericht gezocht en op basis daarvan nieuws, of andersom via lexis nexis nieuws en dan opzoek naar persbericht. De resultaten werden gecodeerd en per zin geanalyseerd. Bovendien werd iedere zin geanalyseerd op het onderwerp: persbericht aankondiging product, product informatie, organisatie informatie en context informatie. Ieder onderdeel kreeg de waarde positief, negatief of neutraal. Dit leidde tot 10 groepen: launch bericht, product info positief, negatief neturaal, organisatie positief negatief neutraal en context positief negatief neutraal. Naast deze houding werd ook brontoeschrijving bepaald met de waardes ja en nee, en vorm van rede genoteerd, waarde direct of indirect. Hierbij werd pers release informatie en verslag informatie als bron gezien. Verslag kon namens het bedrijf of externe bron door journalist.

*Resultaten*

Verslagen bieden meer context dan persbericht, verslagen bevatten minder productinformatie. Persberichten bevatten geen negatieve informatie, verslagen bevatten minder positieve en meer negatieve evaluaties dan persberichten. De meeste negatieve informatie van de verslagen en de positieve reacties van de persberichten is over de producten. Verslagen zijn meer neutraal in hun informatie dan persberichten.

Er zitten verschillen in het onderwerp van bespreking bij de verslagen en persberichten. **In persberichten zie je vooral de nieuwe eigenschappen, de voordelen van het product, de positieve gevolgen voor de gebruiker, de toegankelijkheid van het product en positieve evaluaties. 🡪 PR gebruikt advertising frame. Nieuwsberichten hebben 3 andere onderwerpen: de beperkingen van het product, de concurrenten die een soortgelijk product aanbieden en de eerdere initiatieven van het bedrijf binnen hetzelfde veld (wat hebben ze eerder gedaan).** **Er zijn twee frames zichtbaar: business move en consumer information**. Het laatste frame is bedoeld om consumenten de voor- en nadelen van het product te geven én dit frame is vooral in verslagen aanwezig om consumenten te informeren over alles van het product. Business move frame is bedoeld om aan te tonen hoe dit product eigenlijk een business move van het veld is in het belang van het bedrijf en niet voor de consument. Maar hier zit verschil in: het persbericht verteld de nieuwheid van het product in alle ontwikkelingen, terwijl het nieuws het presenteert als een van de vele pogingen om een doel te behalen of als een manier om hun tegenstanders onderuit te halen.

Ook is zichtbaar dat verslagen meer dan persberichten hun statements toeschrijven aan bedrijven én dat verslagen wel statements van niet-bedrijven bevatten (wat mist in persberichten). Dit zijn vaak statements over neutrale eigenschappen of negatieve eigenschappen van het product en de context. Ze zijn bedoeld om het optimisme bij de klant weg te halen. Meestal worden er directe rede aangehaald als het een nieuwe bron is, maar als iets toegeschreven wordt aan het bedrijf zelf en het persbericht dan indirecte rede. Ze kunnen voor informatie uit het bedrijf zelf het persbericht gebruiken of zelf opzoek gaan naar quotes.

De release informatie hebben ze onderzocht met een **survival ratio** (hoeveel van het oorspronkelijke materiaal zit er op zinsniveau in het verslag). Ook de **release dependency** (hoeveel zinnen uit het verslag over een bepaalde categorie komen uit het persbericht en hoeveel zijn er zelf bedacht?) 🡪 wat blijkt? Journalisten zijn kritisch in het gebruiken van persinformatie blijkt uit survival ratio🡪 ze gebruiken vaak wel de aankondiging, maar andere vormen van informatie niet op enkel de productinformatie na (dit toont de dependency ratio). De negatieve informatie en context bedenken ze dus vaak zelf want die zit niet in het persbericht blijkt uit de dependency ratio, ze zijn dus niet afhankelijk van negatieve argumenten uit het persbericht. Dus het persbericht is een belangrijke start maar niet de gehele bron voor de verslaggever.

Ook blijkt dat hoewel nieuws andere frames hanteert (business move en consumer information ipv advertisement move) ze vooral het persbericht contextualiseren 🡪 ze geven extra achtergrond informatie in het persbericht, maar reframen de kop en lead toch minder snel. Hierdoor kan het consumer information frame zelfs soms het advertisement frame van het persbericht versterken. Echter, wanneer negatieve of contextuele informatie in de hoofdtekst staan dan kan het wel gaan om reconceptualisatie. Enkel het business move frame wordt gebruikt voor kritiek in reconceptualisatie om duidelijk te maken hoe iets al eerder gedaan is.

*Conclusie*

Persberichten en reportages verschillen in hun informatie. Nieuwsberichten bevatten bijvoorbeeld meer contextuele informatie en minder product informatie. Bovendien verschillen ze in hun evaluaties. Persberichten hebben geen negatieve informatie, nieuwsbericht hebben positieve en negatieve informatie en tonen daarmee een vorm van onpartijdigheid. Bovendien presenteert het nieuws meer niet-evaluatieve informatie, waardoor ze feitelijker overkomen. Ook bevatten nieuwsreportages quotes van het bedrijf en andere personen die gaan over context informatie en product kritiek. Ze distantiëren zich van het persbericht door meer indirecte rede te hanteren. Tevens zijn nieuws reportages kritisch in het gebruik van pers informatie, ze gebruiken vaak alleen de aankondiging en context en kritiek leveren ze zelf. Kortom: nieuws distantieert zich vaak van pr, vooral middels recontextualisatie maar ook soms via frames voor reconceptualisatie.

Nieuws en persberichten zijn natuurlijk niet zo hard van elkaar te scheiden en nieuws wordt ook commerciëler door dit soort berichten te maken, maar het toont wel dat nieuws nog altijd door de schrijver bepaald wordt en dat nog altijd hij bepaalt hoe het opgeschreven word. Het is dus wellicht zo dat een gebalanceerder persbericht met voor en tegenstanders beter wordt opgenomen in het nieuws. Voor consumenten is dit onderzoek belangrijk omdat het de nieuwswaarde van nieuws aantoont: nieuws geeft extra informatie over een product. Het nieuws adresseert de lezer namelijk niet alleen als consumenten maar ook als economisch geïnteresseerde lezer 🡪 of dit echt lezers bindt, waarschijnlijk niet, waarschijnlijk gaan ze wel op zoek naar unieker nieuws dan enkele persbericht reframings.

**Discussie de nieuwe reporter – Vasterman**

Anne Kroon deed onderzoek naar het gebruik van PR teksten door journalisten en verwijst hierbij naar het onderzoek van Davies. Davies heeft namelijk onderzoekers aangehaald die ten onrechte persbureaus en persberichten bij elkaar optelden.

Anne Kroon zegt dat het ANP bijna 40 procent van de persberichten doorplaatst. Kroon creeërt hiermee de angst van churnalism: het fabriekmatige doorplaats werk van journalisten. Echter, wanneer je haar onderzoek leest zie je dat het meevalt: meer dan 90 procent van de persberichten wordt door media genegeerd. Uit het onderzoek blijkt dus dat redacteuren **kritisch omgaan met de stroom van persberichten**, de auteur verbindt er dus de verkeerde conclusie aan en noemt het veel negatiever dan eigenlijk nodig is. Van de 700 persberichten werden er maar 68 opgevolgd wat leidde tot 151 nieuwsberichten. Slechts 0,5 procent is echt overgenomen zonder extra informatie. Bovendien waren veel persberichten niet eens terug te leiden uit de stukken: er is dus helemaal geen knip en plakjournalistiek. Maar was het vroeger beter?

Vasterman heeft in 1989 namelijk zelf ook onderzoek gedaan. Toen werd ook al de helft van de persberichten weggegooid, en werd de andere helft gebruikt als aanleiding of als aanvulling op het stuk. Slechts in beperkte aantallen kwam het persbericht volledig terug. In 1989 ging 4 procent van alle persberichten totaal ongecheckt door naar de krant. Bij Kroons onderzoek zou het gaan om 1 tot 2 procent. In vergelijking met 1989 gaat het dus beter, dus jammer dat er gesproken wordt over zorgwekkende ontwikkeling.

**Wackers – scriptie**

Dit onderzoek concentreert zich daarom [omdat jongeren steeds meer snacknieuws willen, is er onderzoek uitgevoerd waar jongeren wel naar verlangen in nieuws] op de vraag hoe NOS Headlines deze handschoen oppakt. Er wordt een stijlanalyse uitgevoerd om te kijken hoe ze met hun teksten aansluiten bij de jongere doelgroep die ze willen bereiken.

Welke strategieën volgt de redactie om de nieuwsberichten qua taal en stijl geschikt te maken voor de jonge doelgroep?

Opbouw scriptie: wat is jongerennieuws, wat is stijl en bestaat er een specifieke stijl voor nieuwsberichten op internet, welk model heb ik gebruikt voor de analyse en waarom, wat was het corpus, dan corpusanalyse en resultaten. Dan allerlaatst de conclusies.

H2: jongeren kiezen meer en hebben andere mediabehoeften dan de krant. We leven in een informatiesamenleving, overal is informatie en kranten moeten zich gaan aanpassen door de komst van het internet. Ook burgers kunnen zelf online publiceren en er is dus meer keuze voor andere opinie, denkbeelden en nieuwsbronnen. De krant was vroeger nog koning: bepaalde de nieuwsagenda maar met de komst van het internet is dat verandert. De gebruiker is de baas en kan kiezen waar hij gebruik van maakt. 🡪 kranten gaan specifieker schrijven en anders gaan schrijven. Internetjournalistiek is een vak apart: **meer interactiviteit** (tussen gebruikers, producent en consument en consument is zelf ook producent 🡪 er kan meteen gereageerd worden), **multimediaal** (alle media (tekst, beeld geluid) kun je combineren op een plek, **hypertekstueel** (archivering, dossiervorming en linken 🡪 oude pagina’s kunnen bewaard worden en kan de gebruiker altijd opvragen ook oude artikelen kunnen opgeslagen worden, bij dossiervorming kiezen en voegen websites materiaal samen die interessant zijn over een onderwerp zodat de gebruiker die naar dit onderwerp op zoek is alles meteen kan vinden, hyperlinks leiden naar andere websites (eerste twee zijn op eigen website), **asynchroniteit** (nieuws kan op ieder moment geraadpleegd worden en door layout kan je kiezen wat je eerst wil zien: tekst, geluid of video), **snelheid** (je kan nieuws meteen lezen altijd 24/7, aka immediacy), **minder duidelijk onderscheid journalistieke genres** (in krant duidelijk opinie, achtergrondverhaal, nieuws 🡪 online soms mengen tussen weblogs (of door consumenten zelf of door journalisten (dan zijn het media blogs) en journalistiek stuk)

Jongeren kiezen liever online snippits van nieuws en hebben meer nadruk op infotainment 🡪 jongeren zien nieuws wel als basisvoorziening blijkt uit onderzoek. wat willen ze dan zien? **Snacknieuws** (nieuws moet kort en duidelijk gebracht worden) zodat ze kunnen meepraten met leeftijdsgenoten, **slownieuws** (reportages met meer diepgang) zodat je nieuws echt leert begrijpen.

Ook uit onderzoek: dubbele kijkparadox (ze willen echt nieuws en vinden light news minder belangrijk, maar ze kijken wel vaker light nieuws. Jongeren verlangen meer naar authenticiteit ook (liever op straat nieuws dan in studio) 🡪 je ziet wel dat oude nieuws media als NRC hier op in spelen.

🡪 NOS headlines ook (via radio en online en convergentie van platforms ) 🡪 inrichting website (multimediaal, interactief, invalshoek en onderwerpkeuze is mix snack en slownieuws, vaste rubrieken en specials als elke dag een poll en nieuwsbericht en specials die een onderwerp een periode lang wordt uitgediept).

H3:

**Stijl** is hier: samenstel van voorschriften die men in acht te nemen heeft bij het doelmatig vormen en uiten van gedachten. Het is een indicatie van de persoonlijke en sociale context waarin een spreker zich bevindt 🡪 het zijn namelijk regels binnen een groep mensen waaraan voldaan moet worden om het te laten passen. Stijl is de keuze die een schrijver maakt uit mogelijke formuleringen om zijn gedachten vorm te geven. Die heeft betrekking op woorden, zinsbouw en structuur en wordt mede bepaald door onderwerp, doel, publiek en genre.

Een nieuwsbericht moet onafhankelijk en onpartijdig taalgebruik bevatten zonder stijfliguren of aansprekingen. Bij zacht nieuws mag het soms persoonlijker. Online nieuws is nog compacter.

🡪 52 headlines geanalyseerd, veel kwamen van ANP. Hiervoor is een stilistisch redactiemodel ontwikkeld. Dit model is erop gericht de veranderingen (redactionele ingrepen) als weglating, toevoeging en vervanging van informatie tussen de ANP- en Headlinesberichten inzichtelijk te maken en vervolgens te duiden. Zo wordt onder meer bepaald op welk tekstniveau (woordgroep, zin, etc.) de meeste veranderingen plaatsvinden, en wordt beoordeeld met welk motief de redactie heeft ingegrepen (inhoudelijk of verwoording/stilistisch). De inhoudelijke motieven en verwoordingsmotieven worden daarna gedetailleerder geduid (past het beter bij doelgroep?, is het overbodig, is er verduidelijking nodig, is de informatie belang voor de nieuwswaarde.) Zo wordt bij ingrepen uit verwoordingsmotief bepaald of er expressieve, sociale, diverterende, referentiële of appellerende stijlfiguren zijn gebruikt. Ieder stijlfiguur wordt hierop ingedeeld, er is vooraf al een deelselectie stijlfiguren gemaakt omdat er al een deelstudie over NOS Headlines verschenen was. Ook worden de tekstkenmerken van ANP en NOS vergeleken (zinslengte, berichtlengte en complexiteit van de zinnen)

Hoe past NOS Headliners ANP bericht aan voor doelgroep?

* Het bericht wordt op een andere manier geformuleerd meestal meer sociale of referentiele figuren. Is ook korter in berichtlengte, zinslengte,
* Het vaakst wordt substitutiemotief toegepast ook additie motief: doel 🡪 anp bericht anders verwoorden om geschikt maken voor doelgroep door overbodige informatie weg te laten, informatie te herformuleren en nieuwswaardige informatie te selecteren.
* Kop is de aandachtstrekker en wordt meestal vervangen door stijlfiguur dat emotie uitdrukt, amuseert of de lezer betrekt bij bericht. 🡪 dus anders dan normale kranten waar kop moet informeren
* Nos berichten hebben vaker een narratologische vertelstructuur.
* De intro vermeldt het nieuwsfeit en vult kop aan en bevat vaak stijlfiguren.
* De rest van het bericht dat niet op voorpagina staat bevat minder stijlfiguren die opvallen, maar die geven de band met doelgroep aan en geven de informatie op subjectieve manier weer. 🡪 hierdoor en door de kortere zinnen is het meer spreektaal 🡪 past beter bij doelgroep.

DUS:

1. De nieuwswaardige informatie wordt geselecteerd en vervangen door een eigen formulering. Waar nodig, wordt een eigen inhoudelijke of stilistische toevoeging gedaan. In meer dan de helft van de gevallen dat een redactionele ingreep wordt uitgevoerd, gebeurt dat vanuit een verwoordingsmotief: informatie uit het bronbericht op een andere manier geformuleerd
2. De kop is de aandachtstrekker voor de lezer, waardoor deze meestal vervangen wordt door een stijlfiguur de emotie uitdrukt, amuseert of de lezer nadrukkelijk betrekt bij het bericht. Dat is een andere functie voor de kop dan dit tekstdeel in de meeste media als kranten en andere nieuwssites vervult.
3. De intro vermeldt meestal het nieuwsfeit. Dit tekstdeel vult daarmee qua functie de kop aan. De kop en intro op de homepage van NOS Headlines moeten ervoor zorgen dat de bezoeker het hele nieuwsbericht wil lezen.
4. In de rest van het bericht, dat niet op de voorpagina staat, wordt gebruik gemaakt van minder opvallende stijlfiguren, die de band met de doelgroep versterken (sociaal) en de informatie op een subjectievere manier weergeven (referentieel). Daarnaast zijn de berichten en de gemiddelde zinslengte van NOS Headlines significant korter dan die van het ANP. Het bericht wordt door deze sociale stijlfiguren en de kortere zinnen spreektaliger gemaakt, zodat het dichter bij de belevingswereld van de jonge doelgroep ligt.

Advies: Nos gebruik handboek, jullie stijl varieert te veel.

Verderonderzoek: gebruikersonderzoek, experiment met verschillende stijlniveaus, let ook op stilistische kenmerken in vervolg als actief en passief zinsconstructies of persoonlijk voornaamwoorden, vergelijkend stijlonderzoek tussen Headlines en ANP of GeenStijl

**Reactie in Tekstblad:** onderzoek wackers klopt niet helemaal 🡪 nos headlines gebruikt niet alleen anp berichten, meesten schrijven ze zelf en anp bericht dient enkel als signalering. 🡪 dit sluit aan bij onderzoek van Pandemaat en De Jong. Bovendien is er wel een vaste redactie. 🡪 martijn had nos raad moeten plegen

Reactie martijn: het was een inhoudsanalyse geen nieuwsgaringsanalyse, dus conclusie klopt nog.

Stuk tekstblad: nos headlines past anp bericht aan met woorden die appellerend, amuserend en sociale functie hebben. Vooral koppen worden aangepast (ipv klassieke 5w en h, nu een prikkelende titel) en de intro is informerend. Soms vult de intro de kop aan (mag eig niet want de kop zou alles moeten bevatten)

Vragen aan wackers 🡪 hoe voelde je je na die kritiek, wat zou je nu anders hebben gedaan?

**Begrippenlijst**

* **Retoriek**: de retorische middelen die worden ingezet om een tekst doel- en publiekgericht te maken.
* **Belangrijkste retorische eigenschappen:** boeiendheid, duidelijkheid en aannemelijkheid.
* **5 aspecten retoriek:** 
  + inventio (inhoud),
  + dispositio (structuur),
  + elocutio (verwoording),
  + memoria (onthouden),
  + actio (presentatie).
* **vier stijldeugden**: passendheid, aantrekkelijkheid, duidelijkheid en correctheid komen voor.
* **Retorische teksten:** 
  + 1. **gerechtelijke situaties** (= genus iudiuale - aanklager, rechter en beschuldigde)
  + 2. **politiek overleg** (= genus deliberativum - mensen die een voorstel doen en voors en tegens leveren, maar hierin zijn de rollen niet zo duidelijk te scheiden)
  + 3. **gelegenheidssituaties** (= genus demonstrativum) 🡪 moderne vorm reclames, recensies, begrafenis, 21 diner etc.
* **bij iedere overtuiging aan drie zaken voldaan worden:**
  + aandacht
  + aanvaardbaar
  + begrip
  + 🡪 afhankelijk per situatie (Bij aandacht: tekst is te lang, men is niet volledig geïnteresseerd of er komt iets spannender voorbij. Bij begrip: een minimale taalbasis en voorkennis zijn vaak nodig om een argument goed te begrijpen. Daarom is voldoende uitleg, eenvoudige taal en een heldere opbouw van belang om begrip te krijgen. Bij aanvaarding: dat komt pas echt tot stand als iemand door een argument overtuigd is, maar inspelen op gevoelens is ook van belang om mensen snel te overtuigen.)
* **ideale situaties:** een situatie waarin de personen tot wie het betoog gericht is ideale beoordelaars zijn met een goede en eerlijke aandachtspanne 🡪 is meestal enkel in de wetenschap of het gerecht zo.
* **Reële situaties** zijn dat men overtuigd wordt door aandachtstrekkers in reclame bijvoorbeeld, in plaats van argumenten.
* **twee soorten middelen bij de retoriek van de inhoud:** 
  + 1. Argumentatieve middelen (logos)
  + 2. Niet-argumentatieve middelen (inleidende of afsluitende opmerkingen, achtergrondinformatie en irrationele persuasiemiddelen ethos (=indruk die de schrijver maakt), pathos (=opgewekte emoties bij het publiek) met inbegrip van humor.
* **Standaardgeschilpunten:** standaardposities die binnen een gerechtelijke situatie of politieke situatie kunnen worden aangenomen.
* **Standaardgeschilpunten gerechtelijke situatie:**

**Aanklager**

* 1. Bewijzen dat de beschuldigde de daad gepleegd heeft
* 2. Bewijzen dat die daad onder misdaad x van de wet valt
* 3. Weerleggen rechtvaardigende of verontschuldigende omstandigheden (de aangeklaagde kan dan zeggen dat hij het gedaan heeft en de situatie lichter uitleggen)
* 4. Weerleggen procedurefouten (aangeklaagde kan zeggen dat er procedure fouten zijn gemaakt).

**Aangeklaagde**

1. Ontkennen = status coniecturalis
2. toegeven, maar de daad anders of lichter omschrijven = status definitivus
3. Rechtvaardigen, of verontschuldigen voor de toegegeven daad op grond van verzachtende omstandigheden = status qualitatis
4. Op en procedurefout beroepen. = procedurele status

* **Standaardgeschilpunten politieke situatie:**

Standaardgeschilpunten politieke rede

Voorstander

* Aantonen van serieus probleem
* Aantonen probleem inherent aan huidige beleid
* Aantonen dat voorstel het probleem oplost
* Weerleggen/afzwakken van nadelen

**Tegenstander**

1. Er is geen serieus probleem dat om een oplossing vraagt
2. Het eventueel bestaande probleem is niet inherent aan het huidige beleid, dus er kan met een kleine bijstelling aan voldaan worden
3. Mocht er al een probleem opgelost moeten worden, dan zal dat met het ingediende voorstel niet lukken. Het is niet uitvoerbaar of doeltreffend. Men kan hier een tegenvoorstel aanleveren.
4. Maar zelfs als het voorstel een echt probleem oplost dan nog moeten we het niet aannemen want het heeft doorslaggevende nadelen. Of het tegenvoorstel heeft minder nadelen.

* **Je hebt twee soorten standpunten:**

1. **Zijnsoordeel standpunt** (=een bewering wordt gedaan over een stand van zaken in de werkelijkheid) 🡪 dit kan bewezen en nagekeken worden. Het zijn vaak feitelijke uitspraken, maar het betreft ook onzekere feiten (zoals over een verwachting van de huurcijfers of jaarcijfers etc.)

Dit soort oordelen kun je onderbouwen middels empirisch onderzoek of tekenargumenten (ik heb hem gezien).

1. **Waardeoordeel standpunt** (= een bewering over een persoon of zaak wordt beoordeeld) 🡪 deels feitelijk (vaktermen, stijl etc. beoordelen met smaak)

Hierin heb je subtypen **evaluerende oordelen** (=statisch, drukken een waardeoordeel uit over een bestaande toestand over hoe iets of iemand is 🡪 vaak gebruik je woorden als mooi) en **appellerende oordelen** (=dynamisch, ze roepen op tot het creëren of veranderen van een toestand 🡪 vaak gebruik je woorden als moeten)

* **Topos**: vindplaats van een argument of niet argumentatiefelement 🡪 alle adviezen of richtlijnen om welke vaste inhoudelijke opmerking dan ook.
* **Topieken**: lijstje van bijeenhorende topen (twee vormen 1. Zoals w’tjs een lijst waar altijd aan voldaan moet worden 2. Een reeks gezichtspunten waarvan er een aantal aanwezig zijn, bijvoorbeeld welwillend stemmen via een verwijzing naar zichzelf, maar niet de tegenpartij).
* **Vaste weerlegtypes:**
  + **Een lijst met argumentatiesoorten die alleen bij bepaalde type standpunten passen:**
    - **Argumentatie op basis van waarschijnlijkheid:** op basis van tekens (je hebt iemand gezien/ er zijn tekens die er op wijze) en causaliteit (er zijn oorzaken of redenen om dit aan te nemen). 🡪 geschikt bij feitelijke standpunten 🡪 causale argumenten zijn beter dan vermoedens dat je iets hebt gezien of vernomen. Het hangt meer samen op redengevende samenhang dan een mix van vaststaande en vermoede feiten.
    - **Argumentatie op basis van waarden:** op basis van positieve of negatieve eigenschappen; op basis van voor- of nadelige gevolgen: Een standpunt is aannemelijk als aangevoerde voor- en nadelen of positieve en negatieve eigenschappen aanwezig zijn die het oordeel rechtvaardigen. 🡪 Argumentaties op basis van waarden ontlenen hun overtuigingskracht aan de samenhang tussen positief of negatief gewaardeerde eigenschappen of gevolgen én evaluerende en appellerende oordelen. Hierbij kan een amplificatie (versterkend) argument ingezet worden om de situatie nog beter of slechter te maken.
  + **Een lijst met argumentatiesoorten die bij alle typen standpunten van pas komen:**
    - Argumentatie op basis van **analogie** (vergelijking van gevallen): Als iets in het ene geval geldt, geldt dat ook voor het andere geval. (Je hebt ook vergelijkingen die niet aller waarschijnlijkst zijn (**a fortiori**), bijvoorbeeld ‘als de god het niet kan, dan ik ook niet’
    - **Vergelijking op basis van voorbeelden** (generalisatie): Als er meerdere voorbeelden gegeven kunnen worden, dan geldt iets in het algemeen. Het verschil met een vergelijkingsargument is dat een voorbeeldargument voor een grote generalisatie inhoudt, dus voor een grote groep waar het voor geldt.
    - **Argumentatie op basis van gezag:** als een gezaghebbende bron iets verklaard heeft, dan geldt dit als juist. Ook boeken of geschriften als de bijbel of autoriteiten kunnen bronnen van gezag zijn.
* **a fortiori:** vergelijkingsargumenten die niet zeer waarschijnlijk zijn.
* **Na het vinden van argumenten moeten ze ook aan de volgende vier voorwaarden getoetst worden:**
  1. Geschiktheid, past het argument bij het type standpunt
  2. Toepasbaarheid, er mogen geen redenen zijn waarom het argument, al is het van het goede type, in dit bijzondere geval niet opgaat. Voorbeelden in vergelijkingen moeten representatief zijn, en behoeven deskundigheid en onpartijdigheid. Bij causaliteit moet de oorzaak gevolg er ook echt zijn.
  3. Feitelijke correctheid, de feiten waarnaar verwezen wordt, moet kloppen
  4. Voldoende gewicht, het argument moet zwaarwegend genoeg zijn om het standpunt te dragen.
* **Op argumenten reageren:**

1. **bekritiseren van de aangevoerde argumentatie** (=een van de vier voorwaarden is niet gehaald en dat maak je duidelijk)
2. **tegenstelling beargumenteren.**

* **Ethos:** wordt de indruk bedoelt die de spreker maakt, beoordeelt op basis van - deskundigheid, eerlijkheid en welwillendheid.
* **Pathos:** de gevoelens die hij bij het publiek opwekt. Vaak medelijden of verontwaardiging.
  + 1. Goed om te denken welke soort personen de beoogde gevoelens gewoonlijk oproepen (dus hoe sta jij tegenover de beoordelaar: even oud, als gelijke in het geval van de aangeklaagde en als een persoon van afkeer voor de aanklager)
  + 2. De spreker moet zich verplaatsen in degene die het beoogde gevoel moeten gaan koesteren (kunnen zij wel emoties opwekken en waarom? Hebben ze hetzelfde meegemaakt)
  + 3. de spreker moet nagaan welke dingen emoties oproepen (armoede, ouderdom, ziekte etc wekken bijvoorbeeld medelijden op).
* **Hierbij zijn ook enkele amplificatieadviezen**:
  + 1. Wijs erop dat velen lijden onder de daad
  + 2. Wijs op de aard van de daad
  + 3. Schilder de afschuwelijke details van het misdrijf.
* **Ook pathos:**
  + **fear appeal** (het aanjagen van angsten).
  + En **humor (verbaal of inhoudelijk)**
* **Logos:** de feitelijke argumenten en argumentatie
* **Argumentum ad hominem**: persoonlijke aanval
* **Een inleiding van een betoog moet aan het volgende voldoen:**
  1. Aandacht trekken
  2. Begrip mogelijk maken
  3. Aanvaarding bereiken – welwillend stemmen van het publiek
* **Een slot moet aan het volgende voldoen:**
  1. Een recapitulatie van de belangrijkste argumenten
  2. Een laatste emotioneel appel op de rechters
* **Syllogisme**: bestaat uit 2 premissen en een conclusie (alle mensen zijn sterfelijk, socrates is een mens, dus socrates is sterfelijk).
* **Enthymeem:** syllogisme waar de algemene premisse achterwege wordt gelaten.
* **Functies argumentatieve toop:** 
  + 1. Afleidingsregel (het is logisch door de redenering om uit het een het ander af te leiden)
  + 2. Zoekformule (om tot een specifieke invulling van het argument te komen moet men zich in het onderwerp verdiepen, de toop geeft de zoekrichting aan). Een niet argumentatieve toop verschilt op deze functie omdat het niet de afleidingsregel kent: je kan geen standpunt afleiden aan de houdingen, maar wel de vindplaats van de toop zoeken (iemand wil woede opwekken met pathos bijvoorbeeld).
* **INVENTIO: Er bestaan vier mogelijkheden voor het rangschikken van de inhoudselementen:**
  1. Toevoeging
  2. Weglating
  3. Verplaatsing
  4. Vervanging
* **Ordening van een betoog:**

1. **Exordium** (inleiding): aandacht trekken, begrip mogelijk maken, welwillend stemmen
2. **Narratio** (verhaal/uiteenzetting van het misdrijf): chronologische behandeling wie wat waar wanneer
3. **Propositio** (stellingname): tenlastlegging of hoofdstandpunt van het betoog 🡪 kunnen bij weerlegging de vier standaardgeschilpunten aangehaald worden.
4. **Partitio** (aankondiging indeling): opsomming van de hoofdonderdelen van de argumentatie, Bij moeilijkliggende zaken mag je haar overslaan (een sterk vooringenomen publiek moet je namelijk niet al presenteren hoe je haar gaat verleiden voor een moeilijk standpunt)
5. **Argumentatio** (argumentatie): bestaat uit **confirmatio** (bewijsvoering voor het hoofdstandpunt middels de topen en tekens van het vorige hoofdstuk dus motief, middelen of tekenargument) en **refutatio** (weerlegging van het verweer van de partij) 🡪 bij gelegenheidsrede argumentatio en narratio in een.
6. **Digressio** (uitweiding): een algemene beschouwing over de verderfelijkheid van het onderhavige type misdaad, los van de specifieke zaak. Het is dus een algemene schets in de maatschappij.
7. **Peroratio** (slot): recapitulatie van punt 3 tm 5, emotionering voornamelijk het opwekken van verontwaardiging

* **AIDA-formule:** opbouw van reclameteksten gelijk aan klassieke opbouw. Attention (exordium), interest voor product (narratio), desire (argumentatio), action (peroratio).
* **Verwoording van argumenten:** 1. 4 stijldeugden 2. Stijlfiguren en beeldspraak
* **de vier stijldeugden**

1. **Correctheid (latinitas)**

De taal en zinsopbouw moeten foutloos zijn en de taalregels moeten gerespecteerd worden. Echter, deze stijldeugd is in tegenstelling tot de andere geen keuze 🡪 je overtuigt er niemand mee, maar wanneer je het niet goed doet doe je wel afbreuk aan je eigen ethos. Hiermee kan het dus retorische consequenties hebben.

1. **Duidelijkheid (perspicuitas**): lokale stijl (zinnen en woorden) + globale stilering helder zijn.

Dit is nodig om begrepen te kunnen worden. Soms kan het ook in je voordeel werken om niet duidelijk te zijn, maar in eerste instantie probeer je het wel.

1. **Aantrekkelijkheid (ornatus)**

Door de stijl op te leuken met beeldspraak en stijlfiguren wordt een tekst aantrekkelijker voor een publiek. Het dient het trekken en vasthouden van de aandacht. Echter: ars est celare artem – de kunst is om de kunst te verbergen; oftewel het mag niet zichtbaar aanwezig zijn dat je dit inzet omdat het anders niet meer overtuigend werkt. De stijl moet ondergeschikt blijven aan de inhoud en daarmee passend zijn voor de situatie. De stijl moet een vervoermiddel voor de boodschap zijn, geen praalwagen van stilistisch kunnen.

1. **Passendheid (aptum/decorum)**

Er zijn twee vormen van passendheid:

**1. Tekst-interne vorm: past het bij het deel/genre of formulering van het betoog** (een tekst is intern passend als het woord in de zin past, de zin bij de omringende zinnen etc. Ook moet de stijl passen bij het deel van het betoog; inleiding en slot moeten naar het hart gericht worden, inhoud naar het hoofd. Dit betekent dat het begin en slot vragen om een hogere stijl met meer stijlfiguren, het midden om een lagere stijl met minder stijlfiguren. Daarnaast moet de stijl passen bij het genre van het betoog; voor de plebs sla je een andere toon aan dan voor de elite, omdat dit deels samenhangt met het publiek kan je het ook tekst extern noemen).

**2. Tekst-externe** **vorm** (dit is de afstemming van de stijl op de spreker, onderwerp, publiek en de gelegenheid. De leeftijd van iemand of de gelegenheid kan vragen om een lagere stijl dan een ouder iemand of een succesvol iemand).

* **Tangconstructies**: bijeenhorende zinsdelen zijn gescheiden door tussenvoegingen
* **lange aanloop**: de kern van de zin volgt pas na een lange inleiding
* **globale stilering:** gaat om paren als expliciet/impliciet, compact/omslachtig en concreet/abstract 🡪 dit moet in balans zijn.
* **metaforen (tropi):** een gelijkenis tussen de twee dingen die vergeleken worden. Als de gelijkenis ver te zoeken is, dan is het een vergezochte metafoor.
* **Metonymia:** het eigenlijke woord van de bedoelde zaak wordt vervangen door een overdrachtelijk woord. Het gaat hierbij om de logische of tijd-ruimtelijke nabijheid (Leiden wint een speech staat dan bijvoorbeeld voor een groep mensen winnen de verkiezing namens leiden).
* **stijlfiguren in engere zin** worden de woorden niet overdrachtelijk gebruikt, maar wijkt de formulering op een andere wijze conventioneel af van het normale taalgebruik.
* **gedachtefiguren (figurae sententiarum)** is er iets met de betekenis of inhoud aan de hand. Je neemt de betekenis dus niet letterlijk, maar je vertaalt het naar de bedoelde betekenis.
* **Woordfiguren (figurae verborum)** onderscheiden zich doordat ze formeel zijn: ze hebben iets met de woord of zinsvorm te maken. Ze houden zich bezig met de vier omvormingsregels (inversie (omkering woordvolgorde is een vorm van verplaatsing) en ellips (grammaticaal onvolledig zin is een vorm van weglating)).
* **stijlniveaus:**
  1. **Lage stijl (subtile of humile stijl)** heeft als functie om te informeren of argumenteren. Gebruikt in politieke redes en civiele zaken. Vaak gebruikt tijdens de narratio en argumentatio.Nauwelijks of geen stijlfiguren, het accent valt op de duidelijkheid in plaats van de aantrekkelijkheid.
  2. **Middenstijl (medium stijl)** heeft als functie vermaak

Gematigde stijlfiguren, niet te nadrukkelijke beeldspraak of woordfiguren. Meest geschikt voor de gelegenheidsrede, maar ook bij de andere 2 vormen komt het voor. Komt van pas in exordium, digressio en narratio.

* 1. **Hoge stijl** (**sublime, grande, grave stijl)** heeft als functie emotioneren

Veel meeslepende stijlfiguren, geschikt bij strafredes en politieke redes. Komt voor bij de peroratio.

* **De functie van de stijlfiguren is tegenwoordig via een communicatiemodel te begrijpen, bestaande uit 5 componenten:**
  + Schrijver/spreker – expressie 1
  + Medium – sociaal 2
  + Tekst – diverterend 3
  + Onderwerp – informatief/referentieel 4
  + Publiek – appellerend 5

🡪 Als volgt begrepen worden: een zender of spreker (1) gebruikt een medium (2), om een boodschap of tekst (3) over een onderwerp (4) over te brengen naar de ontvanger, het publiek (5).

* **Een indeling van de stijlfiguren ziet er als volgt uit:**

1. **Expressieve figuren (emotie-uitdrukkende figuren / ethos-tentoonspreidende figuren)**

Emotieuitdrukkende figuren: een spreker geeft krachtig uiting aan negatieve of positieve gevoelens die bij hem leven 🡪 exclamatie, hyperbool, epitheton, anafoor en climax

Ethos figuren: het gedrag van de spreker wordt op de voorgrond geplaatst 🡪 sententie, metaforen en perifrasen, retorische vraag. Eerlijkheid kan vertegenwoordigd worden middels de hyperbool of emotionele uitroep, maar het moet wel oprecht overkomen.

1. **Sociale figuren (het inspelen middels stijlfiguren op de band tussen de spreker en luisteraar).**

Aanspreking als groepsgenoot, inclusieve we, metonymia, allusie of toespeling (verwijzing naar oude teksten bv.) en ironie. De laatste twee spelen vooral in op elitair publiek.

1. **Diverterende figuren (figuren eisen aandacht op zichzelf omdat ze bijzonder aantrekkelijk zijn vormgegeven).**

heeft meestal een amuserende, niet persuasieve functie het kan ook afbreuk doen aan de overtuigingskracht als hier te veel op wordt ingezet. Niet te extreme vormen van beeldspraak (exclamaties, anafoor) werken het best,

1. **Referentiële figuren (spreker wijst naar de besproken zaak en geeft informatie daarover)**

Deze figuren maken de informatie partijdig. Ze geven een partijdige, een gekleurde voorstelling van zaken. Ze geven de zaak niet alleen informatie, maar raken het publiek ook emotioneel door de partijdigheid. Perifrase, metafoor, evidentie (in narratio, argumentatio en peroratio) en amplificatie (in het bijzonder tekst verlengende, horizontale amplificatie) werken hier het best. Fondswerving of voorlichtingsteksten gebruiken vaak een lange amplificatie om een situatie (rijden onder invloed, kinderen in afrika) uit te drukken.

1. **Appellerende figuren (doen een beroep op het publiek, proberen die vaak te raken en meestal tot actie aan te zetten)**

Is de hoge stijl categorie. De amplificatie, aanspreking met u, vraagfiguren als subiectie, quaestie. Katalysatoren van het aanspreken van emoties bij het publiek zijn woordfiguren als enumeratie leidend tot climax, herhaling en anafoor, paralellismen, antithesen.

* **Een mondelinge voordracht heeft doorgaans twee redenen dat het meer overtuigingskracht kent dan een schriftelijke voordracht:** 
  + 1. De mondelinge presentatie wordt vaak door de betoger zelf geschreven en heeft daarmee invloed op het ethos.
  + 2. Met de mondelinge presentaties kan het publiek veel meer geraakt worden, hierdoor kan er ook interactie ontstaan tussen de spreker en het publiek en ontstaat er meer een gevoel van beleving 🡪 er kan meer op pathos ingespeeld worden.
* **Presentatie betoog:** Een goede vormgeving draagt bij aan aandacht trekken, het verhelderen van de boodschap en het aanvaarden van die boodschap.
* **10 stappen die een criticus kan zetten om een retorische kritiek voor te bereiden en formuleren. Werk van groot naar klein en van buiten naar binnen:**
  + **Eerste indruk** (hoe is de spontane indruk van de spreker 🡪 boeiend (aantrekkelijk), duidelijk (begrip), aannemelijk (aanvaarding)?. Bij een geschreven tekst lees je altijd oorspronkelijke medium en vormgeving als eerste indruk.
  + **Achtergrond** (sta stil bij de historische en maatschappelijke achtergrond waarin het betoog plaatsvindt.
  + **Communicatiesituatie** (kijk naar de situatie waarin het zich plaatsvindt (is er publiek, wordt het één keer of vaker gehouden
  + **Type discussiesituatie: betooggenre en argumentatieve rol van de spreker/schrijver** (ga uit van de drie klassieke situaties, bepaal of iemand verdediger of aanvaller is. Reageert iemand op een betoog of start hij een eigen discussie?)
  + **Presentatie** (breekt of ondersteund de presentatie, verwoording, de inhoud van het betoog. Let op stemgebruik etc. en let op de vier presentatie/stijldeugden als correctheid, duidelijkheid, aantrekkelijkheid en passendheid).
  + **Ordening: globale indeling** (nu ga je de inhoud analyseren en dan start je met het opdelen van de inhoud 🡪 exordium, narratio, propositio, partitio, argumentatie, digressio en peroratio 🡪 wordt hier aan voldaan, waar wijkt men af en waarom? 🡪 de waarom kan vaak ingevuld worden door aan de historische situatie of de communicatiesituatie (is er voorkennis) kan bijvoorbeeld verklaren waarom er geen narratio aanwezig is).
  + **Inhoud 1: inleiding en slot** (let op de functies: aandacht trekken, begrip mogelijk maken, welwillend stemmen in de inleiding én samenvatten of emotioneren in het slot 🡪 let ook op de eigenaardigheden van de spreker die terugkeren). Met deze opsplitsing van de inhoud in kern, inhoud en slot wordt van de klassieken uitgegaan, maar vaak loopt het tegenwoordig anders waardoor de analyse aangepast moet worden.
  + **Inhoud 2: betogende kern** (vaak vooral de propositio en argumentatio (soms ook andere delen) 🡪 stel de standpunten vast 🡪 spoor de bijbehorende argumentatie op 🡪 vaststellen argumentatieve kwaliteit van het betoog (is het genoeg verdedigd of weerlegd, bekijk hierbij goed de verdeling van de bewijslast 🡪 ontkennen, anders definiëren, beroepen op omstandigheid of op procedure fouten). 🡪 let hierbij ook op ethos en pathos en humor 🡪 de argumenten kunnen dit immers verwerken en hierop inspelen.
  + **Verwoording** (kijk of de verwoording in dienst staat van de boodschap middels een stijlanalyse. Gebruik hiervoor o.a. de vier stijldeugden: duidelijkheid en correctheid woordkeuze, welke bijdrage hebben beeldspraak en stijlfiguren aan het betoog. Je moet de functie van ieder figuur vaststellen, hierdoor wordt ook de mate van passendheid duidelijk. Als het goed is versterkt de voordracht het effect van de stijl).
  + **Eindoordeel over de overtuigingskracht** (de uitkomsten van alle vorige stappen moeten in de beoordeling betrokken worden 🡪 je doorgaat de stappen opnieuw en bepaald: hoe wordt aandacht getrokken en vastgehouden, hoe wordt voor begrip gezorgd en hoe wordt het publiek ingepalmd 🡪 hoe effectief was het betoog dus uiteindelijk op het beoogde publiek?)
  + **Het formuleren van kritiek** (lever kritiek op het eindoordeel middels een recensie of lever advies, wat had de spreker beter kunnen doen?)
* **Apologie**: verdedigingsrede. Een informele gerechtelijke zaak met een politieke lading, bij Clinton het geval.
* **Persuasieve kritiek:** kritiek waarbij de effectiviteit bij het beoogde publiek gehanteerd wordt 🡪 hier wordt pathos en ethos ook meegenomen 🡪 reeel publiek.
* **Argumentatieve kritiek:** kritiek waarbij de redelijkheid die kritische beoordelaars als richtsnoer nemen 🡪 enkel logos, gebaseerd op ideaal publiek).
* **Minutio vs amplificatie**: verkleinen van een argument of grotere maken.
* **Verticale amplificatie**: neutraal woord vervangen door sterkere uitdrukking (synoniem, hyperbool, tropen) “flutbegroting van het slechtste kabinet ooit
* **Horizontale amplificatie**: breed uitmeten door meer woorden te gebruiken (evidentie, descriptio 🡪 een lang gedetailleerd verhaal vertellen liefst in praesens historicum 🡪 ter overdrijving)
* **Bagatelliseren:** belachelijk maken door het onzin te vinden. Iets partijdig kleiner maken.
* **Preteritio:** in het voorbijgaan noem je iets 🡪 je zegt er niet op in te gaan, maar door dit te zeggen ga je erop in. Om nou te zeggen dat … dat gaat mij ver. Ik zeg niet dat… Ik hoef jullie niet te zeggen dat… Aan… moeten we hier voorbijgaan. 🡪 je agendeert een ongepaste, genante, gevoelig liggende of controversiele onderwerpen zonder de verantwoordelijkheid te nemen, want je gaat er toch voorbij 🡪 schept verstandhouding met publiek (vaak humoristisch)
* **Perifrase**: wanneer een normale aanduiding vervangen wordt door een omschrijving (soms er aan toegevoegd) 🡪 de tassendrager van Rutte (sofie hermans), de bedrijfspoedel van Rutte 2 (job cohen), de loopjongen van de VVD en grootkapitaal (dijk tegen wilders). Als je niet de naam van de persoon wil noemen, maar eerst de typering waarvoor hij bekend is. Effect: je moet puzzelen, variatie, inkleuring.
* **Ars est celare artem:** de kunst om de kunst te verbergen, Lysias was hier meester in.
* **Tria genera causarum**: drie soorten welsprekendheid 🡪 3 toespraken
* **Prosopoeia:** sprekend opvoeren van een imaginair persoon, de rol van een ander persoon aannemen),
* **exempla** (historisch voorbeeld),
* **neologismen:** een nieuw woord introduceren
* **namenspel:** een woordspeling maken met iemands naam
* **troonrede:** politieke boodschap met gelegenheids tierelantijn. Niet te ingewikkelde inhoud want koning moet het kunnen voorlezen.
* **Journalistiek is retorisch:** jij probeert als journalist niet alleen te achterhalen waar men jou mee probeert te overtuigen dus om manipulatieresistent te worden door doelen en belangen naar boven te halen. Maar zelf zet je ook retoriek in door lezers te overtuigen van jouw interpretatie van de werkelijkheid. Dit is nodig omdat je overspoelt bent in een wereld van nieuws, dus je moet mensen overtuigen dat jij het lezen waard bent.
* **3 soorten sofisten:**
  + Leraren die overtuigend spreken doceerden in de door hen speciaal opgerichte scholen
  + Speechschrijvers, logografen, die toespraken schreven waarmee aangeklaagden zich voor de rechtbank konden verdedigen. Deze schrijvers analyseerden de zaak, kozen een strategie en schreven een toespraak. De aangeklaagde moest wel zelf presenteren.
  + De rondtrekkende intellectuelen, professionele sprekers die over uiteenlopende filosofische onderwerpen voordrachten hielden. 🡪 bv. Gorgias.
* **Declamatieoefening:** eindtoets die je kon doen als redenaar voor welsprekendheid
* **leerschool van het forum:** stage die je kon doen om de retorica te leren.
* Hoe ontwikkelen de drie welsprekendheidssoorten zich na de dood van Cicero?
  + Politieke rede werd beperkt, enkel keizer had laatste beslissing 🡪 dubium hier maakte je als toeschouwer beslissing en ben je scheidsrechter 🡪 deze rede was sws in Griekenland belangrijker
  + Juridische rede: bleef bestaan en was onafhankelijk, wel advocaten 🡪 dubium, hier maakte je als toeschouwer beslissing en scheidsrechter
  + 🡪 echter bij beide kon je niet alles zeggen uit angst voor de keizer
  + Lofrede: bloeide op want hierin kon je al je stijlfiguren kwijt 🡪 certum, als toeschouwer kijk je of je overtuigd bent geraakt van de omschrijving, je laat alles op je inwerken.
* **Progymnasmata**: oefeningen voor de **declamatieoefening**. Hieruit ontstond een canon van schrijfoefeningen: fabel, verhaal, anekdote, maxime, refutatie, confirmatie, gemeenplaats, lofrede, smaadrede, vergelijking, ethopoeia (jezelf in iemand verplaatsen), beschrijving, stelling en betoog voor of tegen een wet. Ook kregen ze losse onderwerpen waar ze vervolgens een argumentatie over moesten schrijven.
* Afbeelding met tekst, schermopname, Lettertype, document

  Automatisch gegenereerde beschrijving

Afbeelding met tekst, schermopname, menu, document

Automatisch gegenereerde beschrijving

* **Een inleiding heeft 3 functies voor de spreker bij het publiek:**
  1. **attentum** 🡪 aandacht trekken. De aandacht kan verslappen door onbenulligheid van de zaak of door verzadiging van het publiek (er kunnen toespraken aan vooraf zijn gegaan, waardoor het publiek kan verslappen). Aristoteles vond aandacht niet altijd een vereiste, vooral als je een slechte zaak had, maar volgens Quintilianus was het van belang voor het dan om de tuin leiden van rechters.
  2. **Iudicem benevolum parare** 🡪 welwillend maken van de luisteraar door voor jezelf sympathie op te wekken en bij de tegenstander antipathie
  3. **docilem parare** 🡪 begrijpend maken, duidelijk maken wat je gaat vertellen. Bij de Grieken betekende dit, zorgen dat het publiek het kan begrijpen. Bij de romeinen betekende dit: het begrijpelijk willen maken 🡪 zorgen dat het publiek het wil begrijpen 🡪 maar dat is volgens Jaap onlogisch want dat zit eigenlijk al in de eerste twee functies van de inleiding, dus de grenzen tussen de begrippen vervagen dan. Kortom: de docilem parare zorgt er vooral voor dat het publiek in staat is om de toespraak te begrijpen 🡪 dat er ook aandacht en aanvaarding komt is dan mooi meegenomen.
* **Is de inleiding noodzakelijk?**
  + **Juridische toespraak:**

Volgens Aristoteles waren een standpunt en argumentatie voldoende, echter hij wist dat je te maken had met een reeel publiek 🡪 deze gaat af op emoties dus een inleiding was handig om die emoties al te sturen door welwillendheid te creeren. Echter bij onbelangrijke zaken, of als de aandacht van het publiek al slap is kan deze beter overgeslagen worden aldus Cicero. Ook Quintilianus zegt dit, als de rechter al genoeg kennis heeft of als het niet nodig is om hem in de juiste stemming te brengen. Als de tijd ook dringt 🡪 kom meteen ter zake.

* + **Politieke toespraken:**

Aristoteles en Quintialianus: met de deur in huis vallen is wellicht onbeleefd. Dus inleiding is elegant. Cicero vindt ze onnodig (aanwezigen zijn er toch al uit interesse voor beraadslagingen),

🡪 KORTOM: het exordium is volgens de klassieken een essentieel onderdeel. Enkel in speciale gevallen (onderwerp is voldoende bekend, evident, of beperkt in omvang, als de zaak zeer dringend is of als het publiek al sympathie heeft) kan hij overgeslagen worden.

* + **Lofrede:** altijd van belang

**Doxa leer: systematische leer over de inleiding 🡪 de aard van de zaak hangt volgens Hermagoras van de doxa af en hoe de spreker zich hiertoe verhoudt. Deze doxa bepalen welke functie de inleiding krijgt.**

* **Doxa:** de normen en waarden van het publiek die die heeft ten opzichte van jou en het onderwerp.
* **Schema endoxen:** de spreker strookt met de normen van het publiek (doxa)
* **Paradoxen:** de spreker gaat lijnrecht tegen de normen in
* **Amphidoxen:** deels met de waarden en normen overeen stemmen en deels mee in strijd zijn
* **Adoxen:** neutraal zijn tegenover de normen en waarden van het publiek.

**De aard van de zaken:**

* **Eerbare zaak (endoxen of honestum)** 🡪 heeft geen inleiding nodig 🡪 dus als spreker strookt met de normen van het publiek, hoef je geen inleiding op te voeren want het publiek heeft al welwillendheid voor de zaak. Enkel docilem parara voor begrip of benevolum parare voor extra sympathie.
* **Onverwachte of schandelijke zaak (paradoxen of turpe)** 🡪 vraagt om een benevolum parare als het publiek deels vijandig is (dus sympathie deels opwekken) of een indirecte inleiding (niet direct vragen om sympathie of begrip, maar hier omheen praten)
* **Tweeslachtige zaak (amphidox, dubium)** 🡪 benevolum parare noodzakelijk (sympathie winnen voor de eerbare aspecten, ook al heeft het oneerbare aspecten)
* **Onbelangrijke, waardevrije, neutrale zaak (adoxen, humile)** 🡪 vraagt om attentum parare (aandacht trekken zodat men zal gaan luisteren)
* **Duistere zaak (parakolouthêton, obscurum)** 🡪 docilem parare (begrip is nodig, een duistere zaak is een moeilijk te volgen zaak of een zaak die wordt voorgelegd aan een publiek van traag begrip).

Afbeelding met tekst, Lettertype, schermopname, ontvangst

Automatisch gegenereerde beschrijving

**Adviezen voor een goede inleiding**

* **topieken voor attentum, docilem en benevolum voor een directe, gewone inleiding**
  + **Attentum parare: hoe trek je aandacht**

1. Vier topen (onderdeel inventio)

1. Belang voor het publiek benadrukken door te richten op nieuwsgierigheid, het eigenbelang en verantwoordelijkheidsgevoel van het publiek.
2. Letterlijk om aandacht vragen (niet artistiek)
3. Beloven het kort te houden
4. Iets geestigs presenteren (humor)

2. Selectiestijlmiddelen (onderdeel elocutio)

Houdt ze beperkt. Apostrofe (wenden tot iemand), **prosopoeia** (sprekend opvoeren van een imaginair persoon, de rol van een ander persoon aannemen), exempla (historisch voorbeeld), figuurlijk taalgebruik (vergelijking, metafoor, ironie)

* + **Benevolum parare (welwillendheid in inleiding creeren)**
  + 4 bronnen om uit te putten voor het welwillend stemmen van het publiek
    - **1. De spreker zelf (ab nostra persona)**

Je kan welwillendheid krijgen door uit de spreker en je cliënt te putten en jezelf neer te zetten als iemand die sympathie verdient.

**Door 1. Jezelf als geloofwaardig voorstellen (goed persoon met goede motieven**), maar mag niet arrogant zijn. De motieven mogen ook niet uit eigenbelang komen, maar getuigen dat ze hoogstaand zijn en voor het algemene belang daartoe gedwongen door tegenstanders die hem willen verslaan en niet dit opbrengt om de rechter te belasten. Als advocaat niet te veel jezelf prijzen.

**Door 2. Eigen partij te prijzen** (benoem kwaliteiten van cliënt die die met luisteraars overeen heeft. Als hij het zelf zou doen kan het arrogant overkomen)

**Door 3: indruk wekken improviserend te spreken** (deze indruk wek je door je eigen woorden te plakken aan de woorden van de vorige spreker). Het is van belang ad rem op uitspraken te reageren, want een vooraf geconstrueerd verhaal doet vermoeden dat die vol strategie en misleiding zit. Een geimproviseerd verhaal komt uit het hart.

**Door 4. Vooroordelen tegen de spreker weg te nemen** (bij politieke reden kunnen die bestaan uit vooroordelen op basis van situaties in het verleden bv. Eerder slecht gedrag of op de huidige situatie bv. Leeftijd. Dit kun je doen door te zeggen gebeterd te hebben of door vooroordelen te verwerpen. Of door jonge leeftijd als voorbeeld je opleiding en ervaring noemen.) (bij juridische toespraak door te anticiperen op de tegenargumenten en hier gebruik van maken en door iemand anders de schuld te geven. 🡪 dus bagatelisseren, weerleggen of door schuld te accepteren en te compenseren of verexcusering).

**Door 5. De underdogpositie in te nemen** (dit wekt medelijden 🡪 mensen hebben zwak voor vechten tegen moeilijkheden).

* + - **2. De tegenstander (ab adversariorum persona)**

Door 1. **Tegenpartij zwart maken** (afkeer, jaloezie en minachting oproepen 🡪 gebaseerd op karakter, sociaal-economische en morele waarden. 🡪 door amplificatie of daden te bagatelliseren).

Door 2. **Verdachte eigenschappen van de tegenstander te prijzen** (prijs een verdachte eigenschap en kraak vervolgens een krachtig punt af)

* + - **3. De rechter/publiek (ab iudicum persona)**

**Door 1. Vleien en prijzen (**bijvoorbeeld door te benoemen hoe naar hun beslissing gekeken wordt)

**Door 2. Gemeenschappelijke benadrukken** (benadruk een reden dat rechters of publiek met spreker verbonden is)

**Door 3. Bang maken of geruststellen** (door te zeggen dat rechters verkeerd kunnen beslissen en hun baan naar iemand anders kan gaan, of recthstreeks rechters bedreigen hun aan te klagen. Of door een situatie van de zaak aan te halen en te zeggen dat dit niet met publiek of rechter te maken had)

* + - **4. De zaak zelf (a causa) 🡪 sterk de adiuncta causae (aspecten die zijdelings met de zaak en de persoon verbonden zijn 🡪 verwachting volk, tijd, plaats, situatie, publieke opinie etc.) benadrukken en het belang van het onderwerp voor het publiek benadrukken**

**Door 1. Lichtpunten van de zaak te noemen** (de positieve punten van de zaak al benoemen, zodat het publiek al welwillend is te luisteren)

**Door 2. Verantwoordelijkheid voor ongunstige zaak afschuiven** (De spreker moet de schuld voor zijn problematische voorstel leggen bij noodzaak, het lot, de omstandigheden en overwegingen van passendheid). 🡪 Wilders met BTW verhoging tijdens APB

* + - Overige technieken
      * **Begrip vragen voor gebrekkige toespraak** (ab oratione 🡪 begrip vragen voor de lange, ouderwetse of onbetrouwbare toespraak door omstandigheden te benoemen 🡪 Nicolien van vroonhoven 6 dagen)
      * **Een prijzenswaardig persoon prijzen** (Dit gebruik je in een lofrede en stemt welwillendheid voor de persoon van lof. Lof uitgaande van de lofspreker, de laureaat, het publiek en de feiten) Ook benoemen dat je als lofrede plicht hebt om te spreken wegens of de laureaat, relatie met persoon, of karakter persoon etc.
  + **Docilem parare (begrip in inleiding creeren)**
    - **De kern van de zaak geven** (stelling of standpunt kenbaar maken. Beleidsvoorstel, centrale stelling gelegenheid, standpunt in rechtszaak) 🡪 komt overeen met propositio bij Romeinen.
    - **Aankondiging van de hoofdpunten (van de narratio): partitio**

Volgt er een lange feitenuiteenzetting (narratio), dan kun je als spreker op het einde van de inleiding een aankondiging geven van de punten die gaan komen. (partitio valt dan deels binnen exordium). 🡪 kan aandacht en duidelijkheid geven.

* + - **De korte voorgeschiedenis van een zaak geven: narratio** (als de feiten klein zijn en bij het publiek bekend dan kunnen ze in de inleiding, want als zelfstandig deel zouden ze dan te kort zijn.
  1. **Overige inleidingsadviezen.**

Twee soorten exordia:

1. **Principium**: directe inleiding (af te raden als publiek overtuigt is door tegenpartij, er een oneerbare zaak is waarvan onderwerp het publiek van spreker vervreemdt of als publiek vermoeid is).
2. **Insinuatio**: de indirecte inleiding (via maskering en omweg naar het hoofd van de toeschouwer gaat).
   1. **Vierstappen techniek** om de onwelwillendheid tegen de zaak geleidelijkaan weg te nemen.
      1. **Over iets anders beginnen dan de gewraakte persoon of zaak** (hierdoor worden positieve gevoelens opgewekt en verbergt de spreker wat hij verdedigt)
      2. **Gedeeltelijke concessie: meegaan met tegenstanders** (stap voor stap zeggen dat de zaken die tegenstanders verontwaardigen, ook jouw verontwaardiging oproepen).
      3. **Beschuldigingen van de hand wijzen** (als toeschouwer door stap 1 en 2 milder gestemd is, aangeven dat geen enkel punt van de aanklacht op jou betrekking heeft)
      4. **Preteritio (**aangeven dat je iets niet over je tegenstander zal zeggen, en toch ongemerkt via een inlassing dit doen en daarmee afstand nemen van het directe oordeel)
   2. **Een vergelijkbare zaak met gunstige uitslag aanvoeren** (alternatief voor vierstappen techniek)
   3. **Beloven in te gaan op de tegenstanders (**beloof nadat de tegenpartij de luisteraar heeft gewonnen, in te gaan op het sterkste punt van de tegenpartij of het laatste punt dat tegenpartij genoemd heeft. Dit kun je op twee manieren doen: **dit enkel roepen** (dubitatio, hoe kan ik dit het beste doen? 🡪 gespeelde twijfel) of **dit daadwerkelijk doen** (bewijsstuk aanvoeren).
   4. **Beginnen met iets dat gelach kan oproepen** (humor of stijlmiddelen als fabel, plausibel verhaal, karikatuur, understatement, dubbelzinnigheid, suggestieve opmerking, sarcasme, dwaasheid, overdrijving, bagatellisering, woordspeling, onverwachte wending, vergelijking, nieuwtje, versregel, hatelijkheid of compliment aan het adres van iemand)
   5. **Iets droevigs, iets nieuws of gruwelijks inlassen**
   6. **Beloven korter en anders dan voorbereid te spreken** (anders spreken dan voorgangers door aan te geven anders te spreken dan men normaliter spreekt)

**Ondeugdelijke inleidingen** (

)

🡪 moeten vermeden worden (virtutes zijn functionele inleidingen 🡪 inleiding is dan nauw verbonden met de rest van de toespraak en vormt een geheel.)

* 1. **Vermijd een onpersoonlijke inleiding (vulgare)** 🡪 kan aan meer dan een zaak aangepast worden
  2. **Vermijd een algemene inleiding (commune) 🡪** kan ook door tegenstander gebruikt worden
  3. **Vermijd een omkeerbare inleiding (commutabile) 🡪** de tegenstander kan de inleiding omkeren en naar zijn hand zetten
  4. **Vermijd een irrelevante inleiding (separatum)**
  5. **Gebruik geen inleiding uit een andere toespraak (translatum**) 🡪 kan misplaatst zijn als die een ander effect sorteert dan wat de aard van de zaak vereist. (bijvoorbeeld ontvankelijk maken, of nieuwsgierig terwijl eigenlijk welwillendheid nodig is)
  6. **Vermijd een te lange inleiding (longum)** 🡪 eenvoudige zaken kort, ingewikkelde zaken mogen een langere inleiding.
  7. **Vermijd een inleiding die tegen de principes indruist (contra preacepta)** 🡪 realiseert namelijk niet de drie functies (aantrekklijk, begrip, aanvaarding)
  8. **Vermijd een te gekunstelde inleiding (conpositum)** 🡪 moet niet te veel op pathos inspelen.

1. 🡪 vermijd cliche en vermijd excuus in moderne adviezen

* **Wanneer een inleiding schrijven?** Je moet eerst **een grondige analyse maken van de sterke en zwakke punten van de zaak,** dan kies je de stof voor de inleiding. Ook raadt Cicero aan in de volgorde van het betoog te werk te gaan in de elocutio.
* Opbouw inleiding: Bij een juridische of politieke zaak: eerst docilem parare (stellingname), attentum parare (aandacht), benevolum parare (welwillendheid). Zijn er wel anti-gevoelens dan: benevolum parare met tegenargumenten, docilem parare en dan pas attentum parare. Na de inleiding moet de volgende alinea nauw aansluiten bij de inleiding. Het moet duidelijk zijn wanneer narratio begint, maar overgang moet vrij naadloos zijn. Bij een lange narratio is een partitio een passend einde voor een inleiding.
* Stijl inleiding: in de inleiding moet een gematigd en gebruikelijke woordkeuze zitten, zodat het niet te veel bestudeerd lijkt. Een improvisatie stijl zou goed zijn, middels bijvoorbeeld een sententie. 🡪 volgens Quintilianus die meent dat rechters het niet hebben op zelfvertrouwen van vakmanschap.
* Instuderen van de inleiding, memoria: De spreker moet weten wat zijn eerste woorden zullen zijn. Goede voorbereiding is van belang ook op schrift (het schrijven leidt tot de juiste rangschikking en combinatie van woorden in de eigen ritmiek, volgens Cicero). 🡪 veel oefening baart kunst
* **Uitvoeringsadviezen:** veronderstelt beheersing stemgebruik, gebaren en gelaatsuitdrukkingen. 🡪 deze laatste is het belangrijkst want die kan emoties oproepen
* **In moderne adviezen minder welwillendheidsadviezen, waarschijnlijk omdat het in zijn algemeenheid wordt geschreven voor alle toespraken en niet meer specifiek voor juridische toespraken**. Bovendien is het ook minder overdreven in een tijd waarin er nog nauwelijks rechtsregels waren en mensen vaak een lage dunk van beroepssprekers hadden, dus is ook logisch dat je men dan welwillender voor jouw standpunten moet maken en jou als persoon beter moet profileren.
* **Bij de presentatie moet je:**
  + **Onberispelijke uiterlijke verzorging hebben, zonder overdrijving.**
  + **Even wachten voor aanvang** (zorgen dat je goed staat en maak je gereed voor de presentatie)
  + **Kalm en beheerst spreken** (maar wordt niet monotoon en laat het deels improviserend klinken zonder te hakkelen).
  + **Rustige lichaamsbeweging, ingetogen gebaren** (na de inleiding mag deze controle afnemen)
  + **Het tonen van bevangenheid (spreekangst): dit is juist goed. Cicero** (de grootste sprekers hebben angst omdat ze weten dat woorden vaak anders overkomen dan ze bedoelt zijn én als je een foutje maakt wordt je er op aangerekend 🡪 redenen om je zorgen te maken. 🡪 het werkt als kracht en je kan het ook simuleren.
* **Tekst DT Max:** bevat uitgebreid hoe uitvoerig een speech wordt voorbereid, herschreven en gecheckt door velen.
* **CTR (click through rate):** techniek om te testen hoeveel mensen doorklikken op een kop.
* **Clickbait:** een aantrekkelijke kop bedenken zodat je erop wilt klikken. Vaak worden woorden als ‘wat’ en ‘waarom’ in de kop gezet, gevolgd door een negatieve toon. Ook persoonlijk voornaamwoorden die de lezer persoonlijk aanspreken, negatieve en positieve sentimentswoorden, signaalwoorden en korte woorden zijn aantrekkelijk.
* **Moderne adviezen:**
  + **Aandacht**
    - Anekdote
    - Uitdagende bewering doen
    - Citaat
    - Vraag
    - Actuele invalshoek
    - Aanhef
    - Omstandigheden, tijd, plaats, personen
    - Raadsel
    - Beeld- en geluidseffecten
    - Voorbeeld
    - Rollenspel en pantomime
    - Titel
    - Spreekwoord
  + **Welwillendheid**
    - Bedanken leider
  + **Moderne adviezen**
    - Onderwerp noemen
    - Definitie geven
    - Huishoudelijke mededelingen
    - Van algemeen naar bijzonder
* **Peroratio**: affectus (werken op emoties met gebruik van stilistisch arsenaal), recapitulatio, attentum (aandachtsignaal dat het bijna klaar is).
* **Aandacht**: op inhouden die gevoelens of behoefte opwekken
* **Clickbait**:
  + **Je, ik, wij en andere persoonlijke voornaamwoorden**
  + **Gevoelswoorden als blij bang verrast**
  + **Versterkingswoorden**
  + **Verbijsterende en vertederende plaatjes**
  + **🡪 werkt niet als inhoud niet goed is 🡪 dan vaak backlash**
* Klassieke peroratio betoog:
  + 🡪 hoe doet nieuwsbericht dit (ze kondigen geen einde aan, in een nieuwsbericht vat je ook niet samen, er is geen affectus 🡪 dus de standaard punten van peroratie gaat hier niet op).
  + 🡪 bij opinie 🡪 betoogstructuur (eindigend al met al dus dan krijg je attentum, ook hebben de meeste een recapitulatie van de twee belangrijkste argumenten, geen herhaling maar kort aangeduid of elegant verwoord en affectus 🡪 bij betoog doen mensen echt hun best om nog even in te peperen.
* **Snacknieuws** (nieuws moet kort en duidelijk gebracht worden) zodat ze kunnen meepraten met leeftijdsgenoten,
* **slownieuws** (reportages met meer diepgang) zodat je nieuws echt leert begrijpen.
* **Niet argumentatieve toop:** geen afleidingsregel, je kan er geen argumenten uithalen wel zoek of vindplaats functie voor inleiding bijvoorbeeld.
* **Humor:** tijd en plaatsgebonden, spontaan vs bedacht, verbaal vs. Inhoudelijk
* **Generalisatie:** vergelijkingsargument op basis van voorbeelden waarbij meer voorbeelden genoemd worden waardoor men het een algemeenheid noemt.
* **Nulgraad van de stijl:** om een betoog objectief te beoordelen moet er eigenlijk ‘geen stijl’ toegepast worden in het betoog zodat je puur op het argument af kunt gaan.
* **Davies:** lopendeband journalistiek, veel wordt overgenomen en de kwaliteit van nieuws daalt hierdoor: minder mensen doen meer werk en nemen klakkeloos over 🡪 churnalism
* **Pander Maat en De Jong:** journalisten nemen tijdens discovery fase nieuws over, tijdens news gathering (welke bronnen gebruiken) en news writing (hoe schrijf ik het op), komt minder voor.
* **Hoe gaan journalisten met persberichten om:**
  + Reframen (kop veranderen, adjectieven weghalen)
  + Beperken schrappen en claims versterken bij medisch nieuws
  + Oppositional voices (twee partijen laten horen)
  + Invalshoeken benadrukken die buiten beschouwing blijven
  + 🡪 ze zien hun lezers als kritische burgers die ze moeten informeren of als consumenten
* **Persberichten gaan meer op nieuws lijken 🡪 ze kunnen zo makkelijker overgenomen worden:**
  + Derde persoon
  + Verleden tijd
  + Echter, positiever bericht over bedrijf
  + Echter, belicht vooral de activiteiten van het bedrijf.
* **Conclusie Pandermaat en De Jong:** Ze beschrijven wel dat journalist regelmatig laat verleiden persbericht als uitgangspunt aannemen, maar dat ze wel een hoop doen aan het persbericht en dat ze daardoor het journalistieke werk doen dat je verwacht van een journalist. In een ideale wereld zou de journalist inderdaad alles zelf schrijven, maar we leven in een rijke wereld. Special interest media, media die gaan over tuinieren of vliegtuigen bv, die nemen veel
* **Persberichten:** advertorial frame
* **Journalistieke stukken:** business move en consumer information frame.
* **Consumer frame** is bedoeld om consumenten de voor- en nadelen van het product te geven én dit frame is vooral in verslagen aanwezig.
* **Business move frame** is bedoeld om de interesses van het bedrijf te promoten door eerdere initiatieven in dit veld te benoemen of door informatie van tegenstanders te bespreken. Maar hier zit verschil in: het persbericht verteld de nieuwheid van het product in alle ontwikkelingen, terwijl het nieuws het presenteert als een van de vele pogingen om een doel te behalen of als een manier om hun tegenstanders onderuit te halen.
* **Stijlfiguur gedachtefiguur:** vaak spottend, nadruk leggen, overdrijven of vragend
* **Duidelijkheid:** lokale stijl (woord en zinsbouw mag niet tangconstructie, lange aanloop, moeilijk woord, gedateerd woord of overdrachtelijk te veel zijn).
* **Conclusie Wackers:**
  + De conclusies tonen aan dat er meer verwoordings- dan inhoudsmotieven zijn als het aankomt op substitutie en additie. Dus de NOS vervangt delen omdat het dan aantrekkelijker verwoord is voor het jongere publiek. Dus NOS Headlines hanteert zijn eigen verwoordingsstijl. En voegt informatie toe als dat nodig is.
  + Het bericht wordt op een andere manier geformuleerd meestal meer sociale of referentiele figuren om partijdigheid en onderlinge relatie met de lezer te verduidelijken. Is ook korter in berichtlengte, zinslengte, en vaak spreektaal. Zo sluit het beter aan bij de doelgroep.
  + Nos berichten hebben vaker een narratologische vertelstructuur.
  + Bovendien is de kop de aandachtstrekker, waardoor deze meestal een stijlfiguur bevat. Normaal is de kop ook de aandachtstrekker bij klassieke media. Echter, geeft die enkel informatie, maar heeft die geen amuserende of andere emotionele functie zoals bij NOS Headlines.
  + Daarnaast is de intro de plek voor het nieuwsfeit en bevat ook stijlfiguren. Het vult de kop aan en zorgt ervoor dat mensen de tekst willen lezen.
  + de rest van het artikel bevat minder stijlfiguren en maakt vooral band met publiek duidelijk middels kortere zinnen en spreektaal
* **Discussie nieuwe reporter over Wackers:** onjuist wat hij zegt NOS redactie is veranderd.
* **IUDICUM ATTENTUM**
* **Peter Vasterman in de nieuwe reporter nav scriptie Kroon WANT JOURNALISTEN VERIFIEREN NOG STEEDS EN CONTROLEREN:** die scriptie van Kroon was heel erg kritisch en zei dat persberichten bijna volledig werden overgenomen. Vasterman zegt het valt wel mee met de knip en plakjournalistiek, ik heb ontdekt van de 700 persberichten van universiteiten werden er 68 opgevolgd, 90 procent werd dus genegeerd en slechts 0,5 procent is echt overgenomen bij ANP zonder extra info 🡪 **verreweg meeste wordt dus helemaal niet overgenomen.** In 1989 heeft hij ook al dit onderzoek gedaan en toen was het vergelijkbaar: slechts 4 procenten was toen ongecheckt. Kroon toonde aan dat het 1 en 2 procent was, dus eigenlijk is het zelf vooruit gegaan. Kroon heeft het verkeerde frame erop geplakt.
* **Resultaat Pander Maat en De Jong: journalistieke behouden hun vrijheid door persberichten te herformuleren en kritische invalshoeken toe te voegen**
  + Pr nieuws verschilt van informatie nieuws, nieuws heeft meer context
  + Pr en nieuws verschillen in evaluatie, nieuws is neutraler in zijn bespreking
  + Nieuws distantieert zich meer door indirect taalgebruik in te zetten
  + Nieuws gebruikt meer bronnen
  + Nieuws is negatiever en neemt niet alles over
  + Nieuws heeft consumer info frame en business move frame, pr heeft advertisement frame.
* **Allegorie:** metafoor in engere zin die hele tekst wordt volgehouden
* **Uitgewerkte metafoor:** metafoor dat uit meer delen bestaat (inleiding midden slot, wordt vergeleken met kop romp staart bijvoorbeeld)
* **Amplificatie:** je maakt iemand of beter of slechter middels overdrijving. Evidentie, hyperbool, epitheton en metafoor
* **Antithese:** het tegenover elkaar plaatsen van begrippen die elkaars tegenovergestelde zijn vaak parallelisme met tegenstelling
* **Dubitatie:** op jezelf twijfel zaaien
* **Epitheton ornans:** clichematige epitheton
* **Eufemisme functie:** publiek ontzien, in dienst staan van belangen schrijver of ironie. Synoniem, metafoor en understatement vaak gecombineerd.
* **Evidentie:** praesens historicum, fictio personae (dramatiserend figuur) en enumeratie gecombineerd met veel detail en 5 topische w’tjes vragen
* **Exclusief we:** we zeggen als je alleen spreker bedoelt: we gaan dit behandelen in het slot
* **Ironie:** tegenovergestelde zeggen van wat men bedoelt
* **Sarcasme:** bijtende spot vaak direct
* **Sententie:** stelregel voor menselijk gedrag, gestilleerde gedachte met algehele strekking bedacht door de spreker zelf
* **Synoniem:** woord vervangen door woord met andere communicatieve waarde, kunnen in amplifcatie naast elkaar staan.
* **Understatement en zelfcorrectie** 🡪 vaak ironisch
* **Kruisstelling:** als chiasme op 2 regels wordt geplaatst
* **Drieslag:** 3 woorden opgesomd met suggestie van climax, vaak enumeratie
* **Tricolon:** 3 parallele zinnen
* **Parallelisme:** niet alleen letterlijke herhaling, maar ook herhaling in overeenkomstige zinsbouw
* **Tautologie:** 2x dezelfde betekenis maar ander woord gebruikt
* **Woordspeling:** verzameling woordfiguren, waarbij woord extra betekenis krijgt én binnen 1 zin gebruiken van woorden met overeenkomstige klank of vorm en betekenis.
* **Appeal to pity:** medelijden oproepen
* **Davies:** 80 procent van nieuws wordt van Pers overgenomen, lokale journalistiek verdwijnt. Het is lopendebandjournalistiek, churnalism. **Verschilt met Pandermaat en de Jong doordat ze een andere aanpak hebben. Davies trekt het probleem breder terwijl Pandermaat specifieke bewerkingen onderzoekt van nieuwsberichten namelijk pr berichten van commerciele bedrijven.**
* **Hamster Wheel:** bewegen om te bewegen, dus publiceren om het publiceren. Het gaat niet om de inhoud maar het feit dat er gepubliceerd wordt.
* **Ethopoiia:** het op lijf schrijven van de spreker, een uitspraak die bij de spreker past
* **Communicatiemodel:** zender (ethos), onderwerp (logos), ontvanger (pathos)
* **Mediacratie**: Wat er gebeurt in de kamer is dat men weet in de kamer dat er media gaat zijn. Politici stemmen daarmee af wat goed gaat zijn in de media, ze willen nieuwe kiezers winnen en zijn zich daarom erg bewust van de media
* **Functies teksten:** ansichtkaart (sociaal, band duidelijk maken), column (diverterend), onderzoek (informatief), ingezonden brief (expressief), fondswerving (appellerend).
* **Propositio:** aanduiden geschilpunt, de beslisvraag waarop rechter antwoord moet geven, antwoord op die vraag die verdedigd zal worden
* **Stijlfiguren:** argumentatie indringender maken, overeenstemming betoger en publiek suggereren.
* **Waarde stijlanalyse:** via kunstgrepen bedoelingen en belangen achterhalen, manipulatieresistentie
* **Standaardgeschilpunten:** helpen om snel een verhaal te schrijven omdat je snel kunt analyseren of aanklager voldoet bijvoorbeeld aan bewijslast, en kunt aantonen hoe een probleem opgelost gaat worden of wat er vergeten wordt. Dus bepalen hoe iets aan bod is gekomen en of het aan bod is gekomen. Je kan er makkelijk een debat door volgen en er een verhaal aan ophangen. Je kan ook sneller een vraag stellen bij de situatie.
* **Refutatio:** Er moet als journalist altijd een refutatie idee in je achterhoofd hebben. Je moet als journalist altijd wanneer er een idee geopperd wordt, als journalist in je achterhoofd een weerlegging hebben. Is er ook niet een ander verhaal dat verteld moet worden? Dus zorgen dat je niet 1 verhaal vertelt. Het ingebakken gevoel om wederhoor te hebben in je verhaal en niet een verhaal vertellen. Enkel de knapste retorici denken op voorhand al na over een eventuele weerlegging die de tegenpartij kan opgooien.
* **Loci communes:** standaardargumentatie
* **Special interest bladen zoals bladen over tuinieren nemen meer PR over dan bijvoorbeeld economische katernen of dagbladen.**
* **Stilistisch redactiemodel:** het model dat Wackers gebruikt om zijn corpus te analyseren.
* **Betoog van Baarle:**
  + Aandacht door gewaagde uitspraak over extreemrechts bovendien aantrekkelijk verwoord door parallelisme.
  + Propositio: kabinet moet opstappen en is racistisch, ‘we mogen niet vergeten 3x’ 🡪 eigenlijk generalisatie van het kabinet, voorbeelden maken hen racistisch en xenofoob.
  + **HERHALING ZORGT VOOR URGENTIE, OPSOMMING MAAKT HET VOELBAAR.**
  + Argumentatio: eigenlijk een refutatio waarin hij alles dat dit kabinet wil doen weerlegt 🡪 **ze zijn racistisch door hun plannen tegen vluchtelingen** (veel generalisatie argument door voorbeelden te noemen van hun racisme, deze argumenten vooral middels anafoor te verwoorden of enumeraties ook analogie argument door facebooktijdlijn ononderbouwt een crisis oproepen, metafoor), **ze doen financieel onrecht aan door hun plannen** (ook door vraagfiguren extra verontwaardiging, voorbeelden aanhalen uit beleidsplannen maar verwijst niet expliciet naar bron) en **ze weerleggen het idee om tegen palestina te zijn** (inclusief we ‘we hebben regering die’, ook concrete voorbeelden als argument en veel beeldspraak, veel drieslagen en ook weer vraagfiguren allemaal ter verontwaardiging). Hiermee maken ze ook hun eigen standpunt vervolgens duidelijk door aan te geven dat DENK het tegenovergestelde is van dit alles en ze breken de **ethos van de ander af door hen zwart te maken en zich expliciet tot hen te wenden.**.
  + Argumentatio: veel waardeoordelen standpunten middels parallelisme en inclusief we om verontwaardiging bij het gehele publiek op te roepen. Ook veel anafoor voor extra verontwaardiging en expressie. Dus veel expressieve standpunten die op de emoties in moeten spelen bij het publiek. Ook quaestie en retorische vraag met expressieve functie. analogie standpunten op basis van vergelijking, ook gezagsargumenten door cijfers te noemen echter hij noemt de bron niet. Ook gezagsargument door te zeggen wat moskeeen zeggen.
  + Hij breekt ook ethos van anderen af door de tegenpartij in zijn argumentatie middels de expressieve stijlfiguren en waarde oordelende argumenten zwart te maken en soms ook persoonlijk ethos door op Yesilgoz in te gaan.
  + DUS: veel benevolum parare en attentum aan het begin. Ook docilem parare door standpunt duidelijk te maken. Echter, zijn ethos pathos en logos zijn niet in verhouding. Zijn ethos: Van Baarle is niet eerlijk en toont geen zelfreflectie, maakt alleen de ander zwart. Bovendien ook niet deskundig want noemt geen concrete cijfers. Wel welgezind tegenover volk, maar niet tegenover politici want hij toont geen bereidheid om samen te werken. Logos is ook zwak want weinig is onderbouwt, veel op waarde oordeel en niet op zijnsoordeel. Bovendien is pathos heel sterk aanwezig🡪 alles gaat om verontwaardiging oproepen, veel expressieve stijlfiguren soms sociale stijlfiguren door band met het publiek duidelijk te maken. Fysieke presentatie was wel goed voor ethos: hij lijkt oprecht geraakt en geemotioneerd.
  + In de peroratio vertelt Van Baarle middels een recapitulatio het standpunt van Denk ‘ze moeten weg’ en ‘wij…’ dus weer een anafoor, en doet hij beroep op de emoties van het publiek door al die verontwaardiging te oogsten en te zeggen wat er wel nodig is en dat denk die oplossing zal bieden 🡪 eigenlijk al klaar maken voor nieuwe stemronde zodat men op hen gaat stemmen want belofte ‘denk zal hen wegsturen’. Peroratio start met ‘wat denk vindt is duidelijk’ dus vraagt opnieuw om de aandacht want hij benoemt voor het eerst partij naam, je weet ‘nu moet ik opletten’
  + Stijlfiguren: veel anafoor, enumeratie en direct aanspreken van de coalitie. Ook veel vraagfiguren die allemaal als expressieve functie hebben om verontwaardiging op te roepen. Veel inclusief we ‘we hebben crisis’, ‘we lezen niets’ 🡪 speelt in op de relatie met het publiek, je voelt je betrokken en daardoor komt de veronwaardiging ook meer binnen, ook door parallellisme ‘we lezen niets over…’
  + Telkens voor dat er een nieuw argument gestart wordt korte recapitulatie gevolgd door nieuw argument 🡪 heldere structuur.
* **Aandacht**:
  + 🡪 van nature richten we aandacht in zaken waarin we geïnteresseerd zijn.
  + 🡪 op speciale geluiden
  + 🡪 dingen die bewegen
  + 🡪 groot zijn
  + 🡪nieuw zijn
  + 🡪 helder kleur hebben, goed contrast, die afwijken van de omgeving of van de vertrouwde patronen.
* **Retorische kritiek:**
  + Kunst: smaak van publiek en criticus op basis van talent en ervaring
  + Wetenschap: naast klassieke regels ook op empirie van sprekers gebaseerd en steeds meer analytische tools
* **Applaus door:**
  + Naam noemen
  + Contrast geven, eerst negatief dan positief
  + Opsomming
  + Puzzel oplossingsschema
  + Headline punchline schema, aankondiging stelling en dan stelling geven
  + Combinaties van 1 tot 4
  + Standpunt innemen
* **Journalistiek:**
  + Descriptief (beschrijvend) en mimetisch (nabootsen werkelijkheid): feiten te presenteren om een representatie te bieden van de realiteit
  + Reconstructief (je bouwt iets op vanuit iets nieuws) en retorisch (er zit perspectief in): een discours met de macht om mensen te overtuigen diens interpretatie van de sociale wereld legitiem is. Dit is nodig in een wereld dat vol is met betekenissen, je moet weten hoe je iets moet interpreteren. Het is dus een interpretatie van de werkelijkheid, kun je als journalist inzetten om doel te halen of om frames te verklaren.
* **Stijlfiguren zorgen dat in de gehele tekst ethos en logos verwerkt zitten.**
* **Pandermaat en de Jong:** journalistieke teksten bespreken de beperkingen van het product, bieden product meer context door over bedrijven te spreken en beschrijven ook concurrenten 🡪 toont nieuwswaarde van nieuws: ze tonen dat ze producten goed omschrijven en bekritiseren.
* **survival ratio** (hoeveel van het oorspronkelijke materiaal zit er op zinsniveau in het verslag
* **release dependency** (hoeveel zinnen uit het verslag over een bepaalde categorie komen uit het persbericht en hoeveel zijn er zelf bedacht?)
* **Functies stijlfiguren: voorbereidend of bevorderend en dragen bij aan de hoofdfunctie betoog: overtuigen**
  + **Expressief** 
    - **Emotie uitdrukkend (**exclamatie, hyperbool, epithethon, anafoor en climax.)
    - **Ethos uitdrukkend** (sententie die goed aansluit bij normen en waarden publiek, drukken wijsheid en welwillendheid spreker uit, metafoor en perifrase, kun je personen of zaken positief of negatief neerzetten, retorische vraag, om bij publiek jouw emotie en verontwaardiging uit te drukken en tonen hoe jij ze met hen deelt, hyperbool en exclamatie kunnen eerlijkheid versterken als ze oprecht zijn)
  + **Sociaal** (aanspreking als groepsgenoten, inclusief we, inclusief we metyonimisch gebruiken (we hebben verloren dus spreker bedoelt hij en publiek en vergroot hiermee dat elftal verloren heeft), allusie, ironie 🡪 laatste twee gaat over band duidelijk maken met de elite).
  + **Diverterend (**zijn ze wel persuasief als humor bedoelt is? Werkt vaak goed in columns deze stijlfiguren, maar het kan onderdoen aan de overtuiging en inhoud als het te veel is. Preteritio kan diverterend werken, chiasme en sarcasme ook)
  + **Referentieel (**hiermee doe je geen objectieve uitspraken, ze zijn partijdig je geeft informatie over de zaak maar raakt ook publiek emotioneel. Perifrase, metafoor, evidentie, amplificatie)
  + **Appelerend (**aanspreking met u, vraagfiguren, subiectie (zorgt er niet alleen voor dat jij als publiek iets wil weten, maar trekt ook aandacht), apostrofe en quaestie gecombineerd doen ook beroep op emoties en actie publiek. Amplificatie, antithesen, parallelismen, enumeratie, climax, herhaling, anafoor zijn figuren om emoties te versterken).
* **technieken om de aandacht te trekken:**

1. **Beeldspraak**

Vb: Emiel Roemer – Wat de PVV steeds doet, is bommen gooien op een kruitvat, maar vervolgens wegkijken als een vluchtelingenstroom ontstaat.

1. **Neologismen** (nieuwe woorden)

Vb: kopvoddentaks, een woord dat eerder niet bestond erin gooien om de aandacht te trekken. Plofklas, testosteronbommen

1. **Namenspel** (de naam van een politicus of persoon wordt aan iets gekoppeld 🡪 op een nare maatregel wordt de naam van de tegenstander geplakt). Vb: kwartje van kok
2. **Herhaling** 🡪 herhaling van woorden of woordsoorten. Vb. dat zegt een premier die, dat zegt een premier die 🡪 probeert urgentie te krijgen.
3. **Tegenstellingen** (harde clash formuleren). Vb. de haagste inkt van heel veel sectoren is droog, maar veel sectoren staat inmiddels het water aan de lippen. Hier dus nat tegenover droog. Je kan een neptegenstelling ontmaskeren. 🡪 etiket plakken op het gedrag van iemand anders en tegenstelling onschadelijk maken.
4. **Opsomming**. Vb, wilders heeft ooit alle AZC’s opgesomd 🡪 voelbaar maken dat iets groot is in Nederland
5. **Concretiseren en persoonlijk maken** (het henk en ingrid voorbeeld)
6. **Visual prop**. Een object erbij pakken om een punt te maken. Stekkerdoos van Sap, soldatenpak baudet, wilders heeft ook ooit een vervalst paspoort van rutte laten zien. Dit mag ook eigenlijk officieel niet in de Kamer.
7. **Flash Mob**: de SGP heeft ooit een flash mob gedaan in de kamer.

* **Wackers hc:**
  + **Aanleiding:** Costera Meijer onderzoek waar NOS zich op gaat aanpassen:
    - Nieuws is basis voorziening voor jongeren
    - Verdeling in snack en slownieuws
    - Dubbele kijkparadox, echt nieuws belangrijkst maar minder vaak bekeken, light nieuws minder belangrijk, vaker bekeken.
  + **Casus:** nieuwsberichten NOS Headlines
  + **Hoofdvraag:** hoe wordt stijl aangepast zodat het beter past bij jongerennieuws? N.a.v. costera meijer onderzoek die zegt dat nieuwskenmerken verband houden met de stijl? **Welke strategieën past de redactie van NOS Headlines toe om een bronbericht van het ANP qua taalgebruik en stijl geschikt te maken voor een jonge doelgroep?**
  + **Methode:** anp bericht werd met headline bericht vergeleken. Analyse redactionele ingrepen en motieven met stilistisch redactiemodel (additie, substitutie deletie, wat wordt er aangepast waar en wanneer en welke stijlfiguren komen er naar voren in de verwoording, vooral de stijl heeft namelijk wrs aanpassingen om beter bij jongeren te passen). Vervolgens stijl karakteriseren van nieuwsberichten NOS Headlines.
  + **Conclusie:**
    - Redactionele ingreep meestal vanuit verwoordingsmotief: informatie uit bronbericht anders geformuleerd, inhoudelijk motief meestal weglating omdat het als ‘overbodige’ informatie wordt gezien
    - Kop is aandachtstrekker: expressieve, diverterende en appellerende stijlfiguren (niet per se meest nieuwswaardig)
    - Intro vult kop aan en vermeldt nieuwsfeit, zorgen samen voor dat bezoeker hele bericht wil lezen
    - Rest nieuwsbericht: gebruik van minder opvallende stijlfiguren (sociaal en referentieel), niet altijd oprolbare berichten 🡪 spanning opbouwen in het verhaal.
    - Berichten en gemiddelde zinslengte van NOS Headlines significant korter dan die van ANP
    - Ook spanningspuntjes toegevoegd (…), vaak spanning ook opgebouwd door verhaal uit te breiden in narratieve stijl.
    - Ook soms door narratieve stijl meer spreektaal.
  + **Advies:** ontwikkel een stijlboek voor consistentere berichten. Duidelijkheid over mate stijlfiguren gekoppeld aan ‘soort nieuws’.
  + **Discussie:** verder onderzoek om de waardering van de stijl te achterhalen middels surveys of eye tracking. Ook experimenteel onderzoek, welk intensiveringsniveau?, of vergelijkend stijlonderzoek of letten op overige stijlkenmerken.
* **Functies stijlfiguren volgens Jaap:**
  + Expressief: exclamatie, hyperbool, retorische vraag (eigenlijk mening in de vorm van een vraag, het is wel een vraag en gaat even nadenken, je staat er bij stil maar geeft geen antwoord) 🡪 er zit een emotie onder
  + Sociaal: aanspreking als groepsgenoot (grap vertellen bijvoorbeeld die slechts enkel paar mensen weten of direct aanspreken van publiek), inclusief we, allusie (toespeling op iets of iemand, je zegt niet precies hoe het zit maar mensen hebben aan halfwoord genoeg 🡪 from the river of watermeloen symbool 🡪 allusie werkt pas retorisch als je weet naar welk concept die hint) Het is pas sociaal als het werkt bij jou.
  + Diverterend: grappig. Woordspeling, eufemisme, preteritio, sarcasme ironie.
  + Referentieel, verwijzend naar of informatie gevend over/gekleurd informatief: evidentie, zo gedetailleerd beschrijven dat je het voor je ziet of amplificatie
  + Appellerend, aanroepen en wakker maken publiek: aansprekingen subiectie, quaestio, enumeratie (opsomming, je gaat zaken in serie presenteren, je kunt een wereld suggereren door maar 3 elementen te benoemen) met climax
* **Heel belangrijk in stijlsoort: 3 soorten stijl 🡪 hoge, lage en middenstijl**
  + Hoge stijl in het slot, heet hoog omdat het veel middelen inzet: je wilt publiek emotioneren, je wilt dat er iets blijft hangen maar vooral dat het publiek geraakt wordt dat ze iets gaan doen.
  + Bij lage stijl is het puur informatief, kun je in de kern gebruiken. Het mag wel om de boel wakker te houden af en toe een middenstijl in.
  + Inleiding is middenstijl: niet te hoog dan schrik je mensen af, maar je mag wel aandacht trekken.
* 🡪 als mensen er vanaf wijken dan nagaan waarom.
* **Andeweg en de Jong:**
  + **Hoofdvraag:** hoe kunnen sprekers de eerste minuten effectief inzetten om publiek te boeien en overtuigen? Hoe is de klassieke driedeling nog steeds relevant?
  + **Methode:** **theorie** (analyse van klassieke teksten, wat zeggen zij over 3 technieken en functies van de inleiding), **empirie** (observatie en analyse van moderne toespraken van professionele speechschrijvers en ingenieurs), **experiment** (welk effect hebben de inleidingstechnieken op de luisteraars door meteen na de inleiding het effect te meten).
  + **Resultaten:**
    - **Inleidingsfuncties: de driedeling is nog effectief om de aandacht, begrip en welwillendheid bij publiek te creëren**
    - **Ook zijn er nog technieken als anekdote die effectief zijn die varieren per situatie**
    - **Experiment: specifieke technieken hadden een positieve invloed en vergroten het begrip, maar het moet vooral passend zijn voor succes**
  + Conclusie: De drie deling is nog steeds relevant en er moet bewust nagedacht worden over de technieken die ingezet worden tijdens de eerste minuten. Hun onderzoek onderstreept dat een goede inleiding van belang is voor effectieve communicatie.
* - Pandermaat en de Jong: tientallen pers en nieuwsberichten, enkel op definitieve product onderzocht. Analyse van nieuwsbericht en persbericht over product (positief negatief of neutraal), organisatie en context (ook positief negatief en neutraal) en launch informatie.
* **Sportverslag, recensie en opiniestuk zijn eigenlijk gelegenheidsredes want er wordt geen besluit genomen enkel situatie besproken.**
* **Digressio:** algemene uitweiding die aantoont dat spreker en publiek dezelfde normen en waarden delen.
* **Aandacht:** vooral aandachtsfiguren zijn erbij gekomen, er is tegenwoordig zoveel dat het lastig is om aandacht te trekken.
* **Rechtvaardigen** = en verzachtende omstandigheden
* **Recapitulatie:** het journaal bevat dat wel, dat kun je namelijk niet eenvoudig teruglezen of kijken.
* **Stijl is niet alleen gewaad maar ook vlees van de spreker:** een goed aantrekkelijk argument draagt namelijk bij aan de inhoud.
* **Pandermaat en de Jong** = nieuws is ook niet neutraal, schrijven ook op basis van nieuwswaarden maar door het vele aanbod is interpretatie ook prettig voor lezer
* **Recontextualisatie, meer context, reconceptualisatie pr bericht helemaal uitkleden en kritische noten geven**
* **Naar god verwijzen: je moet weten dat je intrinsiek goed bezig bent, als het opperwezen achter je staat is dat bewijs dat je intrinsiek goed bezig bent.**
* **Bij Bush was vice president expres afwezig, gaf ook nadruk aan ernst vd situatie.**
* **Standpunt op basis van zijnsoordeel:** overtuigingskracht door samenhang in vermoede en vaststaande feiten en stand van zaken in de werkelijkheid.
* **Aanklager heeft bewijs op alle punten, beschuldigde slechts op 1**
* **Auteurschap en verdienmodel noemen werkt bij branded content**
* **Pseudo quotations zijn berichten in indirecte rede uit het persbericht.**
* **Bij politieke situatie: ontkennen, huidige beleid aanpassen, onuitvoerbaar of niet doeltreffend, heeft alleen maar nadelen.**
* **Waardeoordeel: standpunt is juist als er negatieve of positieve eigenschappen zichtbaar zijn of voor- en nadelen zichtbaar zijn die het oordeel rechtvaardigen.**
* **Topieken: 1. Somt elementen op die in de rede moeten zitten 2. Reeks gezichtspunten waarvan in een bepaald geval op zijn best een of enkele van toepassing zijn**
* **Syllogisme is voorbeeld van argumentatieve toop**
* **Nestoriaanse opstelling van argumenten: begin en eindig met sterkste argument, door met sterk argument te beginnen breek je de weerstand, waardoor je meer welwillendheid hebt voor je slechte argument, en door te eindigen met je sterkste argument blijft deze het beste hangen.**
* **Propositio laat je weg als uit narratio je standpunt al blijkt, als je zaak er hopeloos voorstaat is vage opbouw beter,**
* **Expliciet: witregels, signaalwoorden, tussenkop**
* **Metonymia overdracht niet op gelijkenis maar plaats tijd nabijheid, beeldspraak, overdracht van betekenis op basis van gelijkenis (zaak en gelijkenis staan niet beide in de tekst)**
* **Allusie: toespeling op een bekend feit, je mikt op goede verstaanders.**
* **Fictio personae: het opvoeren van al dan niet bestaande personen**
* **Bij pandermaat om 38 persberichten en 49 nieuwsberichten**

Afbeelding met tekst, schermopname, Lettertype, document

Automatisch gegenereerde beschrijving