

NU HOORT U HET OOK 'S VAN EEN ANDER: OVER PERCOLATIE EN 'PLUGGEN' IN PERSBERICHTEN

Geert Jacobs

Samenvatting

In dit artikel breng ik verslag uit van linguïstisch-pragmatisch onderzoek naar zogenaamde 'pseudo-citaten' in een corpus van persberichten. Met behulp van de theorievorming rond percolatie en presupposities toon ik dat citeren in het nieuws geen objectiviteit verzekert, maar slechts een schijn van objectiviteit. In de plaats van het ideaal van objectieve verslaggeving wordt het begrip 'objectief geformuleerde' verslaggeving voorgesteld.

1. Inleiding

Het Belgische voetbal verkeert in een echte malaise. Dat is alom bekend. Het hoeft u dan ook niet te verbazen als u aan de vooravond van een Nederland-België het volgende fragment uit een gesprek opvangt, bijvoorbeeld op de trein ergens tussen Gent en Antwerpen:

Karel: Wat denk je van de wedstrijd van zaterdag?

Annie: Piet zegt dat de Hollanders gaan winnen.

Allicht beseft Annie dat de Belgen in de huidige omstandigheden weinig kans maken en ze moet het dus wel eens zijn met wat Piet heeft gezegd. In moeilijke woorden, bovenstaande sequentie kan als samenhangend beschouwd worden door een proces aan te nemen waarbij Piet als een autoriteit op het vlak van voetbal wordt beschouwd en zijn standpunt door Annie wordt overgenomen.

'(Opwaartse) percolatie' noemen Sporeen & Jaspers (1990) dat: de ingebedde informatie sijpelt als het ware automatisch door naar het hogere perspectief.

In deze bijdrage wil ik het begrip percolatie toetsen aan een corpusanalyse van citaten in persberichten'. Ik zal eerst wat toelichting verschaffen bij het genre van persberichten en bij de bijzondere 'pseudo-citaten' die we in het corpus terugvinden en die persberichten objectiever lijken te maken (deel 2 en 3). In deel 4 wordt duidelijk dat er anderszids geen twijfel kan bestaan dat er bij zulke pseudo-citaten wel degelijk percolatie plaatsvindt, m.a.w. dat de auteur van het persbericht en de aangehaalde bron het eens zijn. De ware aard van pseudo-citaten komt pas aan het licht in deel 5 als we de theorievorming rond 'presupposities' in de analyse betrekken.

2. Citaten in persberichten

Met persberichten bedoel ik niet berichten *in* de pers, krantenartikelen bijvoorbeeld of items van het TV-journaal (de eerste betekenis in *Van Dale* trouwens), maar wel berichten *aan* de pers. Ze worden ook wel persmededelingen of perscommuniqués genoemd. Het zijn korte teksten, meestal een bladzijde lang, die journalisten door allerlei organisaties en privé-personen krijgen toegestuurd

in de hoop dat ze er in hun eigen berichtgeving zoveel mogelijk gebruik van zullen maken - liefst zelfs dat de journalisten de persberichten helemaal ongewijzigd zullen overnemen.

De overgrote meerderheid van de persberichten die op een redactie belanden, komen van bedrijven, maar daarnaast ontvangen kranten, weekbladen en TV- en radio-stations ook persberichten van dienstverlenende organisaties, internationale samenwerkingsverbanden, speciale belangengroepen, overheid, onderwijsinstellingen, vakbonden en werkgeversorganisaties, religieuze verenigingen, enz. De onderwerpen variëren van financiën, personeelsaangelegenheden en economie tot gezondheid, mode en politiek. Persberichten vormen dus een heel heterogeen genre. Die verscheidenheid blijkt ook uit de uiteenlopende bedoelingen waarmee persberichten worden verspreid: ruchtbaarheid geven aan de producten of de dienstverlening van een organisatie, een gebeurtenis aankondigen of er achteraf verslag over uitbrengen, enz. (Morton & Ramsey, 1994). Maar, zoals gezegd, die doelstellingen kunnen pas gerealiseerd worden als het persbericht in de media wordt overgenomen en dus niet in de prullenmand verdwijnt.

Dat persberichten inderdaad bedoeld zijn om in de media 'gecopieerd' te worden blijkt uit de volgende fragmenten van begeleidende brieven in mijn corpus:

- (1) (Jadrimex, Elewijt: 30 maart 1994)
Ingesloten vindt u een persbericht. Zoudt u zo vriendelijk willen zijn deze in Uw publikaties in te lassen. Deze informatie kan van nut zijn voor Uw lezers.
- (2) (Solvay, Antwerp: 7 september 1994)
Wij zouden het ten zeerste op prijs stellen, mocht u deze persmededeling laten verschijnen.

We bevinden ons met deze studie dus in het raakvlak tussen journalistiek en public relations, tussen media en voorlichting.

Meer bepaald zal ik me toespitsen op het merkwaardige gebruik van citaten in mijn corpus, waarbij auteurs van persberichten zichzelf of een van hun collega's - een topmanager van de onderneming of een vooraanstaand politicus van de partij - aan het woord laten. Een extreme vorm hiervan zijn de 'pseudo-citaten': zulke citaten zijn slechts schijn; wat tussen aanhalingsstekens staat, werd gewoon verzonnen door de auteur van het persbericht en, in het beste geval, aan de manager of politicus ter goedkeuring voorgelegd (Bell, 1991). Een typisch voorbeeld, uit een persbericht van kantoormeubelenfabrikant Bulo:

- (3) (Bulo, Mechelen: 29 maart 1994)
'De uiteindelijk keuze voor Nike heeft veel te maken met bedrijfskultuur. Die is voor Nike even belangrijk als kwaliteit en design. De creatie van een aangename en motiverende werkomgeving stond bij Nike voorop,' zeggen Dirk en Luk Busschop, gedelegeerd bestuurders van Bulo.
'Ook de uitzonderlijke flexibiliteit van onze wandsystemen en het nieuwe concept Bulorondo (...), plus de ergonomische en logistische troeven die wij konden bieden, speelden zeker een rol bij de toekenning van het order,' aldus beide broers.

Hier worden de beide broers gedelegeerd bestuurders samen sprekend ten tonele gevoerd, net als een koortje dat een ingestudeerde tekst uitspreekt. Bij nader inzien is het duidelijk dat ze de aangehaalde woorden natuurlijk nooit zo gezegd hebben: de auteur van het persbericht legt hen de woorden gewoon in de mond.

Een ander voorbeeld komt van de Kredietbank, die in een van haar persberichten de Deense Unibank als IBOS handelspartner verwelkomt:

- (4) (Kredietbank, Brussel: 16 januari 1995)

Bij de verwelkoming van Unibank als nieuw lid van de associatie verklaarde Charles de Croisset, voorzitter van de IBOS-Associatie: 'Het kantorennet van Unibank op de Deense markt maakt haar tot een uiterst geschikte partner voor de associatie. We zijn verheugd dat Unibank lid wordt van onze groep. Het is duidelijk dat door de toetreding van gerenommeerde bankinstellingen zoals Unibank, de internationale mogelijkheden van elk lid op het vlak van commercieel bankieren zullen toenemen. Aldus zullen we beter kunnen voorzien in de groeiende behoeften van onze cliënten.'

Dat het ook hier om een pseudo-citaat moet gaan, blijkt als enkele maanden later letterlijk dezelfde woorden aan Charles de Croisset worden toegeschreven, deze maal bij de toetreding van het Italiaanse Istituto Bancario San Paolo di Torino.

- (5) (Kredietbank, Brussel: 27 Juni 1995)
Bij de verwelkoming van Istituto Bancario San Paolo di Torino als nieuw lid van de associatie verklaarde Charles de Croisset, voorzitter van de IBOS-Associatie: 'Het kantorennet van San Paolo op de Italiaanse markt en de kwaliteit van zijn financiële dienstverlening maken hem tot een uiterst geschikte partner voor de Associatie. We zijn verheugd dat San Paolo lid wordt van onze groep. Het is duidelijk dat door de toetreding van gerenommeerde bankinstellingen zoals San Paolo, de internationale mogelijkheden van elk lid op het vlak van commercieel bankieren zullen toenemen. Aldus zullen we beter kunnen voorzien in de groeiende behoeften van onze cliënten.'

En nog wat later gebeurt opnieuw hetzelfde als de ING bank IBOS komt versterken (25 september 1995).

Ik zal in dit artikel gebruik maken van het hoger geïntroduceerde begrip 'percolatie' om te onderzoeken hoe zulke citaten bijdragen tot waar persberichten voor bedoeld zijn, nl. dat journalisten ze zomaar letterlijk kunnen overnemen in hun eigen berichtgeving. Anderzijds moet de analyse van percolatie me toelaten om, meer algemeen, wat kanteekeningen te maken bij de traditionele opvattingen in verband met de functie van citaten in het nieuws.

3. De functie van citaten in persberichten

Vooraleer de discussie toe te spitsen op percolatie, wil ik even blijven stilstaan bij een andere, misschien zelfs meer dringende vraag: waarom doen auteurs van persberichten eigenlijk zoveel moeite om 'zichzelf te citeren'?

Het antwoord ligt voor de hand. Jezelf citeren is een truukje waardoor je je eigen, noodzakelijkerwijs subjectieve en mogelijks zelfs controverstele, uitspraken een schijn van objectiviteit meegeeft. 'Een verhoogd realiteitsgehalte', noemt Deborah Tannen dat (1989: 105). Ook al zijn het in dit geval maar pseudo-citaten, het 'persuasief' discours van persberichten krijgt er een 'autoritair' tintje van. 'Nu hoort u het ook 's van een ander', is de redenering.

Nu blijkt dat journalisten in hun streven naar objectieve verslaggeving voortdurend op zoek zijn naar bruikbare 'quotes', en de citaten in persberichten lenen er zich dan ook bij uitstek toe om letterlijk in het nieuws gecopieerd te worden. In (3), bijvoorbeeld, blijven de grootsprakige verklaringen over de 'uitzonderlijke flexibiliteit' van de wandsystemen van Bulo en over 'de ergonomische en logistieke troeven' van het bedrijf, strikt genomen, voor rekening van gedelegeerd bestuurders Dirk en Luk Busschop. Het lijkt wel alsof de auteur van het persbericht zich van dat soort reclame-proza wil distantiëren, en dat komt de journalisten dus goed

uit.

Hier is een vergelijkbaar fragment uit een persbericht van het telecommunicatiebedrijf

Ericsson:

(6) (Ericsson: 16 mei 1994)

[D]e vraag naar kleinere en lichtere telefoons [neemt] toe. Van de nieuwe GSM telefoon van Ericsson wordt nu beweerd dat hij 's werelds kleinste en lichtste is, met de langste spreektijd.

Als er had gestaan dat de nieuwe GSM telefoon van Ericsson de kleinste en lichtste met de langste spreektijd is, dan zou geen enkele rechtgeaarde journalist het persbericht willen overnemen. Maar volgens Ericsson zijn al die superlatieven enkel maar *beweringen*, en dat is nu toevallig precies wat ook de meeste journalisten zullen zeggen.

Heel anders gaat het er aan toe in het volgende fragment van een persbericht dat door het Vlaams Blok werd verspreid nadat een zoveelste bijeenkomst van de extreem-rechtse politieke partij in Antwerpen door bomalarm in de war werd gestuurd:

(7) (Vlaams Blok, Antwerpen: 28 september 1994)

De schrik voor een Vlaams Blok verkiezingsoverwinning zit er diep in. Blijkbaar zijn alle middelen, ook de meest laag-bij-de-grondse, goed om het Vlaams Blok electoraal de nek om te wringen.

Deze felle uitspraken staan niet tussen aanhalingsstekens en journalisten zullen ze dan ook niet letterlijk kunnen overnemen. In mijn corpus is dit fragment een uitzondering op de regel.

4. Percolatie in citaten in persberichten

Keren we even terug naar fragment (3) van het persbericht van Bulo. Natuurlijk bestaat er geen enkele twijfel dat de opvattingen van gedelegeerd bestuurders Dirk en Luk Bussechop ook gedeeld worden door de auteur van het persbericht. Persberichten zijn er immers per definitie op gericht om het eigen standpunt zo krachtig mogelijk te formuleren. Dat betekent, met andere woorden, dat er hier zeker percolatie plaatsvindt, net als in de meeste citaten in persberichten. De auteur is het steevast roerend eens met wat de aangehaalde bron vertelt, ook al omdat het in het geval van pseudo-citaten, zoals gezegd, gaat om woorden van de auteur zelf die vervolgens aan de bron werden toegeschreven.

Toch is het opvallend dat er in mijn corpus bitter weinig harde linguïstische evidentie in die zin te vinden is. Er zijn, bijvoorbeeld, nauwelijks of geen connectoren die expliciet wijzen op eensgezindheid tussen de auteur van het persbericht en de aangehaalde bron, en de *verba dicendi* die de citaten inleiden, zijn bijna altijd neutraal. (8) is, wat dat betreft, een uitzondering. In het persbericht van verzekeringsmaatschappij Royal Life wordt een uitspraak uit de consumentenwereld aangevoerd.

(8) (Royal Life, Brussel: 20 april 1994)

Starheid kenmerkt tot op vandaag heel wat verzekeringsproducten. De markt daarentegen is continu onderhevig aan veranderingen op fiscaal, sociaal en financieel vlak. Bijgevolg is de onzekerheid groot. (...) Wat bij ziekte of tijdelijke werkongeschiktheid? Wat met het rendement van mijn pensioenvoorziening? Neem ik genoeg met 4,75%?

Zoals consumentenmiddelen reeds aanhaalden: 'de consument wil maatwerk, flexibiliteit en indien mogelijk actief deelnemen aan de besteding van zijn investeringen'.

Het gebruik van 'zoals' maakt het verband tussen de opvattingen van Royal Life en de uitspraak van de consumentenwereld hier wel duidelijk: er moet percolatie plaatsvinden. Belangrijk is echter dat het hier niet om een pseudo-citaat gaat; het zijn zelfs niet de woorden van een collega die worden weergegeven. Wanneer dat wel het geval is, blijft de auteur van het persbericht - paradoxaal genoeg - meestal op de vlakte over zijn of haar eensgezindheid met de aangehaalde bron. In de volgende fragmenten vinden we daarom slechts heel vage, indirecte aanwijzingen van percolatie: in (9) wordt de aangehaalde bron met veel omhaal voorgesteld als een belangrijke figuur, waarvan kan verondersteld worden dat die het bij het rechte eind zal hebben, en in (10) verleent de aanwezigheid van gezaghebbende toehoorders autoriteit aan de woorden tussen aanhalingsstekens.

(9) (ITT Sheraton, Luik: s.d.)

ITT Sheraton is volgens haar nieuwe President en Afgevaardigd Bestuurder, Daniel P. Weadock (33 jaar oud en één van de directeurs van ITT), 'het best bewaarde geheim van de hotelindustrie'.

(10) (Bayer, Antwerpen: 10 november 1994)

Enkele weken geleden werd de nieuwe productie-installatie officieel ingehuldigd in het bijzijn van talrijke eregenodigden uit de politieke en economische wereld en de eigen medewerkers. In zijn toespraak bekenntoonde Dr. Pol Bamelis, lid van de Bayer-'Vorstand' het belang van het nieuwe Nederlandse bedrijf (...) en hij verklaarde: 'Wij gaan ervan uit dat het Natrena-bedrijf in Mijdrecht een essentiële bijdrage zal leveren tot een versterkte merkenaanwezigheid in Europa'.

Blijft de vraag waarom er zo bitter weinig expliciete aanduidingen in de tekst terug te vinden zijn van die percolatie. Ook hier moet je, net als bij de vraag naar de zin van pseudo-citaten, niet ver zoeken naar een antwoord. Zulke expliciete aanduidingen kunnen gewoon niet, want ze zouden precies een reden vormen waarom de meeste journalisten het persbericht *niet* zouden overnemen. Journalisten koesteren traditioneel immers nogal wat argwaan tegenover het commerciële proza van voorlichters, inclusief persberichten, en ze willen in geen geval zomaar als spreekbuis van een public relations campagne fungeren. De meeste citaten schijnen dan ook zo geformuleerd dat ze door de media kunnen worden overgenomen zonder dat die daarmee de indruk wekken dat ze het eens zouden zijn met wat tussen de aanhalingsstekens gezegd wordt. Integendeel, waar de pseudo-citaten in persberichten regelrecht naar percolatie leiden, lijken ze in de krant eerder een distantiserende functie te hebben.

Kortom, het ziet er maar uit dat dit soort citaten een brug slaat tussen voorlichting en journalistiek. Ze zorgen via percolatie voor een krachtig geformuleerd persbericht, maar ze kunnen ook zonder problemen in de krant worden overgenomen. Op die manier dragen citaten bij tot waar persberichten voor bedoeld zijn, nl. dat journalisten ze zomaar kunnen kopiëren in hun eigen berichtgeving.

Dat alles hoeft zeker niet te betekenen dat persberichten met citaten ook werkelijk een grotere kans hebben om letterlijk te worden overgenomen. De wisselwerking tussen persberichten en krantenartikels, bijvoorbeeld, is heel complex en laat zich niet gemakkelijk in kaart brengen (cf. Bernaers, Jacobs & Van Waes, 1996). Bovendien is vastgesteld dat auteurs die zich teveel naar de wensen van de lezer schikken vaak net het omgekeerde resultaat bereiken: een 'perfect voorgeformuleerd' persbericht zou wel 's de argwaan van journalisten kunnen doen toenemen

(Bell, 1984; Shoemaker, 1991).

Anderzijds schuilt er duidelijk een interne tegenspraak in de redenering die we tot nu toe hebben opgebouwd. Die tegenspraak kan met de volgende vraag worden samengevat: hoe kan eenzelfde citaat in een persbericht aanleiding geven tot percolatie, maar zodra dat persbericht wordt overgenomen als krantenartikel een distantiërende functie vervullen? Om die vraag te beantwoorden wil ik even kort terugrijpen naar de theorievorming rond het 'pluggen' van presupposities.

5. Percolatie en pluggen

Neem een uiting als:

Jan kon op tijd stoppen.

Deze uiting vooronderstelt dat Jan effectief geprobeerd heeft om op tijd te stoppen, want ook de negatieve versie 'Jan kon niet op tijd stoppen' heeft pas zin als Jan tenminste een poging heeft ondernomen om op tijd te stoppen. Negatie heeft geen invloed op de presupposities van een uiting, zo luidt het volgens de theorie (Levinson, 1983).

Neem nu ook de volgende, zogenaamd 'geprojecteerde' uiting:
Peter zegt dat Jan op tijd kon stoppen.

Hier is het niet langer noodzakelijk dat Jan effectief geprobeerd heeft om op tijd te stoppen. Het werkwoord 'zeggen' - en een heel reeks andere zogenaamde *verba dicendi* - is een 'niet-factief' werkwoord (Vendler, 1976). De presupposities worden tegengehouden. Met een metafoor uit hetzelfde domein als percolatie noemt Karttunen (1973) dit 'pluggen'².

Het is pluggen dat traditioneel bedoeld wordt wanneer men zegt dat citaten een distantiërende functie hebben in de media: wie in zijn krant schrijft dat 'Jan op tijd kon stoppen', suggereert daarmee dat hij gelooft dat Jan op tijd gestopt is en ook dat Jan geprobeerd heeft om op tijd te stoppen; wie schrijft dat 'Peter zegt dat Jan op tijd kon stoppen', is al heel wat voorzichtiger, objectiever zeg maar. Vergelijk een krantenkop als

Wanneer stopt Nixon met bescherming medewerkers?

met

Ziegler eist dat Nixon bescherming medewerkers stopzet

Volgens media-sociologe Gaye Tuchman is het citeren van bronnen 'een technisch hulpmiddel dat de verslaggever toelaat om zich te distantiëren' (1978: 27).

Het is ook, zoals gezegd, dit typische pluggen door citaten in het nieuws dat geanticipeerd wordt in persberichten. Neem de volgende uiting:
Nixon is ook schuldig.

Het is duidelijk dat de enige functie van 'ook' in deze uiting erin bestaat een presuppositie op te roepen, namelijk dat er naast Nixon nog iemand anders schuldig is. In persberichten vinden we net

het omgekeerde: de enige functie van het zichzelf citeren bestaat erin presupposities tegen te houden.

Maar - en zo keren we terug naar de interne tegenspraak van daarnet - dat de presupposities worden tegengehouden³ betekent hoegenaamd nog niet dat er geen percolatie kan plaatsvinden. Pluggen en percolatie kunnen gerust samengaan. Er is dus iets verwarrens aan de hele metafoer: pluggen zou normaal gezien percolatie moeten verhinderen; als de waterleiding verstopt zit, komt er meestal geen druppel meer door. Maar hier liggen de kaarten anders. Kijken we nog maar even naar (3):

(3) (Bulo, Mechelen: 29 maart 1994)

'De uiteindelijk keuze voor Nike heeft veel te maken met bedrijfskultuur. Die is voor Nike even belangrijk als kwaliteit en design. De creatie van een aangename en motiverende werkomgeving stond bij Nike voorop,' zeggen Dirk en Luk Busschop, gedelegeerd bestuurders van Bulo.

'Ook de uitzonderlijke flexibiliteit van onze wandsystemen en het nieuwe concept Bulorondo (...), plus de ergonomische en logistieke troeven die wij konden bieden, speelden zeker een rol bij de toekenning van het order,' aldus beide broers.

Pluggen betekent dat we hier niet zomaar *a priori* kunnen aannemen dat de auteur noodzakelijk van oordeel is dat de gebroeders Busschop het bij het rechte eind hebben. Maar het is natuurlijk ook niet uitgesloten dat die dat wel vindt. We hebben daarnet trouwens geargumentteerd dat dit voor bovenstaand citaat in een persbericht sowieso het geval is. Hier hebben we zonder enige twijfel percolatie.

Dat alles betekent dat het pluggen van presupposities door middel van citaten geen garantie van objectiviteit biedt omdat percolatie altijd mogelijk is, tenminste zolang er geen bewijzen van het tegendeel zijn⁴. Meer specifiek loopt een journalist die het schijnbaar neutrale citaat in (3) overneemt hoe dan ook het gevaar de indruk te geven dat hij het eens is met wat de gebroeders Busschop te vertellen hebben - zelfs al zijn er geen expliciete signalen van percolatie.

6. Besluit

Ik heb in deze bijdrage via het begrip percolatie getoond dat citeren geen echte objectiviteit verzekert, maar slechts een schijn van objectiviteit. Journalisten die citaten uit persberichten zomaar letterlijk overnemen moeten zich daar van bewust zijn. Meer algemeen is het gebruik van bronnen in het nieuws niet meer dan een 'strategisch ritueel' (Tuchman, 1972). Er bestaat geen objectieve verslaggeving, enkel objectief geformuleerde verslaggeving (Locher & Wortham, 1994). Auteurs van persberichten spelen daar handig op in.

Keren we nog even terug naar de sequentie aan het begin van deze paper. Ondanks de slechte tijden voor het Belgisch voetbal is het best mogelijk dat de treinreizigers die ik in de inleiding aanhaalde, verstokte fans van de Rode Duivels zijn. De uitspraak van Piet zou dan net als onwaarschijnlijk gelden en door hem te citeren drukt Annie haar geloof in het Belgische elftal uit. In dat geval worden niet alleen de presupposities geplugd; er is ook duidelijk geen percolatie. Maar

voor wie aan de achterkant van de treinbank zit of het verhaal doorverteld krijgt van een ander, is dat helemaal niet zo duidelijk. Zonder expliciete aanwijzingen van het tegendeel is percolatie, zoals gezegd, altijd mogelijk. Wie dus de zwart-geel-rode sjaal van de treinreizigers niet heeft gezien, zal wel vermoeden dat Annie denkt dat de Nederlanders gaan winnen.

Noten

- 1 Voor mijn proefschrift verzamelde ik een vijfhonderdtal persberichten. Voor een verdere toelichting bij de samenstelling van het corpus zie Jacobs (1997).
- 2 Het Engelse werkwoord 'to plug' betekent hier 'dichtstoppen', 'toepronken', 'opvullen' - niet te verwarren met een andere betekenis, nl. 'reclame maken voor', 'aanbevelen' (op radio, TV). Dat op zich is al niet zeker - het begrip plugging is immers flink onder vuur genomen. Cf. Levinson (1983: 215) over
De student zei dat hij zich niet gerealiseerd had dat Wales een republiek was.
- 3 Levinson zegt dat de presuppositie dat Wales een republiek is, niet wordt tegengehouden door het gebruik van 'zeggen', maar simpelweg door het feit dat we weten dat Wales geen republiek is. Een bewijs van het tegendeel is, bijvoorbeeld, dat het werkwoord 'zeggen' wordt gekwalificeerd met 'ten onrechte'. In dat geval is er zeker geen percolatie, maar evenmin objectiviteit.
- 4 Anderzijds zeg ik niet dat percolatie altijd plaatsvindt als er geen bewijzen van het tegendeel zijn. In zo'n geval is percolatie m.i. mogelijk, maar niet noodzakelijk.

Literatuur

- Bell, A., (1984). Language style as audience design. *Language in Society*, 13, 145-204.
 Bell, A. (1991). *The Language of News Media*. Oxford: Blackwell.
 Bernaers, B., Jacobs, G., & Van Waes, L. (1996). Van persbericht tot krantartikel: wat gebeurt er met titels? *Tekst/blad*, 2(2), 16-22.
 Jacobs, G. (1997). *Preformulating the news: an analysis of the metapragmatics of press releases*. Universiteit Antwerpen.
 Karttunen, L. (1973). Presuppositions of compound sentences. *Linguistic Inquiry*, 4, 169-193.
 Levinson, S. C. (1983). *Pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press.
 Locher, M. A., & Wortham, S. E. (1994). The cast of the news. *Pragmatics*, 4, 517-534.
 Morton, L. P., & Ramsey, S. (1994). A benchmark study of the PR news wire. *Public Relations Review*, 20, 171-182.
 Shoemaker, P. J. (1991). *Gatekeeping*. Newbury Park: Sage.
 Spooten, W., & Jaspers, J. (1990). Tekstoperaties en tekstperspectieven. *Gamma, tijdschrift voor taalkunde*, 14(3), 195-219.
 Tannen, D. (1989). *Talking Voices: repetition, dialogue and imagery in conversational discourse*. Cambridge: Cambridge University Press.
 Tuchman, G. (1972). Objectivity as strategic ritual: an examination of newsmen's notions of objectivity. *American Journal of Sociology*, 77, 660-679.
 Vendler, Z. (1976). Illocutionary suicide. In: A. F. MacKay & D. D. Merrill (Red.), *Issues in the Philosophy of Language* (135-145). New Haven and London: Yale University Press.

Jan Renkema

Samenvatting

In deze bijdrage wordt een poging ondernomen het diffuse begrip 'geïntensiveerd taalgebruik' te verhelderen. Er wordt een analyse-schema gepresenteerd met in totaal achttien categorieën, verdeeld over lexicale, semantische en stilistische intensiveerders. De waarde van dit schema is onderzocht in een beschrijvingsexperiment waarin proefpersonen stripverhaalafjes zakelijk of beeldend moesten beschrijven. Het analyse-schema blijkt voldoende onderscheidend vermogen te hebben; bovendien kunnen bijna alle verschijnselen worden beschreven die met intensivering in verband gebracht worden. Nader onderzoek doet echter ook vermoeden dat versterkend taalgebruik geen zelfstandig tekstenmerk is, maar dat het vooral voorkomt in verhalend proza met een hoge mate van detaillering.

1. Inleiding

In stilistische karakterisering van taalgebruik worden dikwijls zeer diffuse termen en begrippen gebruikt: 'een wijdlopige stijl', 'abstract taalgebruik', 'een betuttelende toontje', enz. Deze bijdrage heeft tot doel een nadere omschrijving te geven van wat men wel 'geïntensiveerd' of 'versterkend' taalgebruik noemt. Eerst een voorbeeld. In drie dagbladen werd eenzelfde gebeurtenis als volgt beschreven.

(1a) "De Servische troepen beschieten de stad Maglaj sinds vrijdagochtend half elf", zo stond in een verklaring van het VN-commando in Sarajevo.

(1b) "De Servische troepen bestookten de stad Maglaj al vanaf vrijdagochtend 10.30 uur", aldus een zegsman van het VN-commando.

(1c) VN-militairen in Sarajevo zeiden gisteravond dat Servische troepen vooral de stad Maglaj hevig bestookten.

In elk geval de volgende verschillen zou men in verband kunnen brengen met intensivering. Ten eerste, de verpersoonlijking van de bron van het citaat. In (1a) gaat het om een onpersoonlijke verklaring, in (1b) om een functionaris, een 'zegsman', en in (1c) om militairen. Het persoonlijke aspect lijkt steeds nadrukkelijker aanwezig. Maar, is persoonlijk taalgebruik een aspect van geïntensiveerd taalgebruik? Ten tweede, in (1c) staat een accentuering voor 'de stad': door het woordje 'vooral' komt het accent op de stad Maglaj te liggen. Maar, valt deze 'focussering' onder intensivering? Ten derde, de formuleringen verschillen in precisie. In (1a) en (1b) wordt een tijdsaauiding gegeven. Deze nadere detaillering maakt de beschrijving concreter. Maar, is de mate van gedetailleerdheid een aspect van geïntensiveerd taalgebruik? Een ander element bij de tijdsaauiding is het verschil tussen 'sinds' in (1a) en 'al vanaf' in (1b). Het gaat hier om dezelfde periode maar de formulering in (1b) suggereert dat de periode als langer wordt ervaren dan de periode met 'sinds'. Ten vierde, het werkwoord dat hier voor de activiteit van de troepen wordt gebruikt, neemt in intensiteit toe: 'beschieten', 'bestoken', 'hevig bestoken'.

Van de hier genoemde verschijnselen lijken verpersoonlijking, focussering en detaillering