

Communicatie in het publieke domein



Noordhoff Uitgevers

Annette Klarenbeek, Reint Jan Renes

1^e druk

Communicatie in het publieke domein

Annette Klarenbeek

Reint Jan Renes

Eerste druk

Noordhoff Uitgevers Groningen/Houten

Ontwerp omslag: Rocket Industries, Groningen

Omslagillustratie: Lisa Sportel, Groningen

Eventuele op- en aanmerkingen over deze of andere uitgaven kunt u richten aan:
Noordhoff Uitgevers bv, Afdeling Hoger Onderwijs, Antwoordnummer 13, 9700 VB
Groningen, e-mail: info@noordhoff.nl



0 / 17

© 2017 Noordhoff Uitgevers bv Groningen/Houten, The Netherlands.

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet 1912 dient men de daarvoor verschuldigde vergoedingen te voldoen aan Stichting Reprorecht (postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot Stichting PRO (Stichting Publicatietoerechten Organisatie, postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.stichting-pro.nl).

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without the prior written permission of the publisher.

ISBN (ebook) 978-90-01-86255-8

ISBN 978-90-01-86254-1

NUR 810

Woord vooraf

Communicatie in het publieke domein beschrijft twee perspectieven op communicatie, namelijk Gesprek en Gedrag als een methodiek om vraagstukken in het publieke domein te benaderen. Gesprek en Gedrag worden ieder in vijf stappen uitgewerkt, namelijk: vraagstuk, aanpak, analyse, resultaten en communicatie.

Communicatie in het publieke domein is geschreven voor studenten die als aankomende professionals betrokken of verantwoordelijk worden bij het ontwerpen van een communicatiestrategie in het publieke domein.

Communicatie in het publieke domein is een eerste poging om communicatie in het publieke domein op een didactisch niveau interessant en toegankelijk te maken voor het onderwijs. Daaraan hebben meerdere mensen een bijdrage geleverd. We willen hen daarvoor hier bedanken. Zo is dankbaar gebruikgemaakt van teksten over onderzoeksprojecten die zijn uitgevoerd door onderzoekers van het Lectoraat Crossmediale Communicatie in het Publieke Domein (PubLab), Hogeschool Utrecht en het lectoraat Communication & Sustainable Society (Suslab), Hanzehogeschool Groningen. Baukje Stinesen en Jaimy Hartog hebben aan de wieg gestaan van de eerder verschenen *Handreiking Discoursanalytische Brill* (DaB) en de structuur die daaruit is gebruikt voor dit handboek. Katuska Roodenburg heeft een verhelderende bijdrage geleverd door abstracte theoretische begrippen in het domein van gedragswetenschappen te beschrijven. Docenten van de Hanzehogeschool Vicky Mulder en Renate Dam hebben op basis van door de auteurs aangeleverde praktijkcasussen hun bijdragen geleverd voor de opdrachten bij de hoofdstukken en zo de stof tot prikkelend lesmateriaal gebracht. Ook bedanken wij de bureaus DUiDT, EMMA, Mindmeeting, Ideate en het Centre of Expertise Ucreate. Daarnaast bedanken wij Dienst Publiek en Communicatie (DPC) Ministerie Algemene Zaken, Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap en Ministerie Economische Zaken. Zij waren onze opdrachtgevers of samenwerkingspartners en dankzij hen konden wij de in dit boek beschreven onderzoeksopdrachten vormgeven. Bijzondere dank gaat uit naar Sjaak Baars die de eindredactie op zich nam. Daarnaast gaat bijzondere dank uit naar uitgever Sjia Cornelissen die initiator van het boek was en ons wist te verleiden tot het schrijven ervan. Haar opbouwende commentaar bracht het tot een aangenaam schrijfproces.

Annette Klarenbeek
Reint Jan Renes

Inhoudsopgave

Inleiding 8

DEEL GESPREK

Communicatie in het publieke domein: gespreksanalyse 11

Stap 1 Vraagstuk: Wat is het communicatieprobleem? 15

- 1.1 Is discoursanalyse hier geschikt? 16
 - 1.2 Casus: De zaak Vaatstra 17
 - 1.3 Is het gespreksmateriaal geschikt? 19
 - 1.4 Conclusie: Wat is het communicatieprobleem? 20
- Samenvatting 22
Opdrachten 23

Stap 2 Aanpak: Wat is de beste onderzoeksaanpak? 27

- 2.1 Wat is de beste onderzoeksaanpak? 28
 - 2.2 Casus: OCW: In gesprek met leraren over werkdruk 28
 - 2.3 Diepgang van de onderzoeksaanpak 30
- Samenvatting 32
Opdrachten 33
Bijlage 34

Stap 3 Analyse: Hoe gaan we analyseren? 51

- 3.1 Analyseregels 52
 - 3.2 Casus: Ministerie Economische Zaken: 'Ik vind dat een punt dat u gewoon in uw tasje mee moet nemen' 54
 - 3.3 Advies woordvoeringslijn 56
- Samenvatting 58
Opdrachten 59

Stap 4 Resultaten: Wat doen we met de resultaten? 61

- 4.1 Wat komt er in de rapportage? 62
 - 4.2 Casus: The Next Level 62
 - 4.3 Analyse van Twitterberichten 64
 - 4.4 Conclusie: Wat doen we met de resultaten? 66
- Samenvatting 67
Opdrachten 68

Stap 5 **Communicatie: Hoe vertalen we de resultaten naar communicatie?** 71

- 5.1 Repertoires gebruiken 72
- 5.2 Casus: Snel internet in Noord-Groningen 72
- 5.3 Conclusie: Hoe vertalen we de resultaten naar communicatie? 73
 - [Samenvatting](#) 77
 - [Opdrachten](#) 78

DEEL GEDRAG

Communicatie in het publieke domein: gedragswetenschappen 81

Stap 1 **Vraagstuk: Wat is het communicatieprobleem?** 85

- 1.1 Casus: 'Verhalen voor onder je kussen' 86
- 1.2 Conclusie: Wat is het communicatieprobleem? 89
 - [Samenvatting](#) 90
 - [Opdrachten](#) 91

Stap 2 **Aanpak: Wat is de beste onderzoeksaanpak?** 93

- 2.1 Casus: Zolang ik fiets ... 94
- 2.2 Onderzoeksaanpak 96
 - 2.2.1 Fase 1: Ontdekken 96
 - 2.2.2 Fase 2: Ontwerpen en uitvoeren 97
 - 2.2.3 Fase 3: Evalueren 98
 - [Samenvatting](#) 102
 - [Opdrachten](#) 103

Stap 3 **Analyse: Hoe gaan we analyseren?** 105

- 3.1 Door gedragslenzen kijken: waarom? 106
- 3.2 Welke gedragslenzen zijn er? 106
 - 3.2.1 Lens 1: Gewoontes en impulsen 106
 - 3.2.2 Lens 2: Weten en vinden 107
 - 3.2.3 Lens 3: Zien en beseffen 108
 - 3.2.4 Lens 4: Willen en kunnen 109
 - 3.2.5 Lens 5: Doen en blijven doen 110
 - [Samenvatting](#) 112
 - [Opdrachten](#) 113

Stap 4 **Resultaten: Wat doen we met de resultaten?** 115

- 4.1 Casus: Veilig werken 116
- 4.2 Conclusie: Wat doen we met de resultaten? 122
 - [Samenvatting](#) 123
 - [Opdrachten](#) 124

Stap 5 **Communicatie: Hoe vertalen we de resultaten naar communicatie?** 127

- 5.1 Casus: Jongeren op gezond gewicht 128
 - 5.1.1 Lens 1: Gewoontes en impulsen 129
 - 5.1.2 Lens 2: Weten en vinden 130
 - 5.1.3 Lens 3: Zien en beseffen 131
 - 5.1.4 Lens 4: Willen en kunnen 132
 - 5.1.5 Lens 5: Doen en blijven doen 133

5.2	Conclusie: Hoe vertalen we de resultaten naar communicatie? 134
	Samenvatting 135
	Opdrachten 136
	Begrippenlijst 137
	Uitwerking opdrachten 141
	Literatuurlijst 151
	Register 157
	Over de auteurs 158
	Illustratieverantwoording 160

Inleiding

Communicatieprofessionals moeten publieksgericht werken en in contact staan met hun publiek. Daarbij kan de vraag worden gesteld wat het publiek is. Hier valt veel over te zeggen, maar het basiskenmerk is het gesprek dat gevoerd wordt en het gedrag dat zich voordoet bij een bepaald publiek. Kennis van gesprekken en gedragingen is nodig om kwesties die burgers bezighouden in een alledaagse context te kunnen duiden. Zo wordt het steeds belangrijker om het publiek te gebruiken bij het bepalen van de communicatiestrategie. We zien daarbij steeds meer dat adviezen gebaseerd worden op onderzoek en deze onderbouwd worden door wetenschappelijke inzichten.

Het doel van het boek *Communicatie in het publieke domein* is om studenten kennis te geven en vaardigheden bij te brengen zodat ze een communicatiestrategie uit kunnen stippelen bij een probleem in het publieke domein. Hierbij is aandacht voor twee perspectieven, namelijk een strategie op basis van gespreksanalyse en een strategie op basis van gedragswetenschappen. Dit boek bestaat daarom uit twee delen: Gesprek en Gedrag.

Deel Gesprek

Iedere avond worden in talkshows kwesties besproken die de samenleving bezighouden: een onopgeloste moordzaak, een rapport over de werkdruk bij leraren, of de vluchtelingenstroom naar Europa. Maatschappelijke discussies die zich ontwikkelen tot een soort openbaar discussieforum. Iedereen heeft een mening, en allerlei partijen proberen die mening te beïnvloeden. Om te achterhalen hoe het debat over zo'n vraagstuk verloopt, kan dit worden geanalyseerd aan de hand van een gespreksanalyse, of: discoursanalyse.

Discoursanalyse is een relatief nieuwe onderzoeksmethode waarbij er speciale aandacht is voor de wijze waarop mensen in gesprek met elkaar dingen doen met taal. Met behulp van de 'discoursanalytische bril', kortweg de DaB, kun je niet alleen de inhoud van een uitspraak zien, maar ook het effect van de gekozen vorm. Door hier oog voor te hebben, kun je tot verrassende inzichten komen die organisaties helpen beter aan te sluiten bij de omgeving (Van Woerkum & Aarts, 2008). Dit vraagt om een verbrede visie op communicatie, waarbij de aandacht uitgaat naar de interacties tussen mensen en groepen mensen (Aarts, 2009). Zo kun je buiten naar binnen brengen: je analyseert de ontwikkelingen in de omgeving en vergroot daarmee het inzicht in eventuele controverses en gevoeligheden die er leven. Deze kennis kun je vervolgens gebruiken bij je advies aan een organisatie in haar communicatieve beleid. Met dit boek willen we je een beeld geven van hoe je de communicatieve sensitiviteit kunt vergroten en hoe je de DaB in de praktijk kunt inzetten bij de ontwikkeling van je communicatiebeleid.

Naast de inzet van gespreksanalyse, kun je een communicatiestrategie of -advies ook baseren op inzichten uit de gedragswetenschappen.

Deel Gedrag

Tal van organisaties willen ervoor zorgen dat mensen een gezonde levensstijl hebben en daarbij genoeg bewegen. Vroeger werd dan misschien een folder gemaakt gebaseerd op een vaag idee (*dit ziet er wel mooi uit*) en op een onderbuikgevoel, en die folder werd daarna massaal de wereld ingestuurd met de gedachte: we hebben voorlichting gegeven, nu zal het goed komen. Deze werkwijze lijkt definitief voorbij. In de 21ste eeuw is een groeiende interesse voor toepasbare inzichten gebaseerd op wetenschappelijk onderzoek, want: werkt onze verzonnen strategie wel? En hoe kunnen we dat peilen? Deze kennis is op dit moment maar beperkt voorhanden binnen het publieke domein. Dit deel voorziet in deze lacune en geeft professionals tips en reikt concrete handvatten aan voor het ontwerpen van effectieve persuasieve interventies, gebaseerd op relevante en onderbouwde kennis uit de gedragswetenschappen, zoals de psychologie en aanverwante disciplines.

Een van de moderne inzichten is dat het, om communicatieve interventies bij gedragsverandering effectief te laten zijn, noodzakelijk is naadloos aan te sluiten op de dagelijkse realiteit en persoonlijke situatie van mensen. De mogelijkheden om mensen juist op het moment dat het erop aankomt gerichte ondersteuning te bieden, waren tot voor kort zeer beperkt. Recente ontwikkelingen op het gebied van interactieve technologie en 'big data' bieden voor gedragsbeïnvloeding ongekende mogelijkheden. Met dank aan digitale, technologische ontwikkelingen kan gedragsturende communicatie sneller en eenvoudiger georganiseerd en uitgevoerd worden. Bovendien heeft vrijwel iedereen in Nederland ondertussen een smartphone en kunnen we dit alles dus ook nog eens voor veel mensen ontsluiten. Deze nieuwe ontwikkelingen en de kennis uit dit deel, stellen professionals in staat om – na de tijd van massacommunicatie op afstand – dichter te komen bij waar het in wezen om draait bij gedragsverandering: persoonlijk, betrokken en interactief communiceren in de dagelijkse realiteit van mensen.

Vijf centrale vragen

Beide delen zijn op dezelfde manier opgebouwd. Aan de hand van vijf stappen behandelen we vijf centrale vragen die onderdeel vormen van het onderzoeksproces om bij een probleem in het publieke domein te bepalen welke communicatiestrategie je het beste kunt inzetten.

- Stap 1 **Vraagstuk:** Wat is het communicatieprobleem?
- Stap 2 **Aanpak:** Wat is de beste onderzoeksaanpak?
- Stap 3 **Analyse:** Hoe gaan we analyseren?
- Stap 4 **Resultaten:** Wat doen we met de resultaten?
- Stap 5 **Communicatie:** Hoe vertalen we de resultaten naar communicatie?

Naast dit boek is er ook een aparte website ontworpen:
www.communicatieinhetpubliekedomein.noordhoff.nl

DEEL GESPREK

Stap 1 Vraagstuk: Wat is het communicatieprobleem? 15

Stap 2 Aanpak: Wat is de beste onderzoeksaanpak? 27

Stap 3 Analyse: Hoe gaan we analyseren? 51

Stap 4 Resultaten: Wat doen we met de resultaten? 61

Stap 5 Communicatie: Hoe vertalen we de resultaten
naar communicatie? 71

Communicatie in het publieke domein: gespreksanalyse

In dit deel Gesprek maak je kennis met de onderzoeksmethode gespreksanalyse, ofwel discoursanalyse met de daarbij behorende discoursanalytische bril (DaB). We geven je inzicht in het proces dat bij een volledige discoursanalyse wordt doorlopen, van probleem (Stap 1), naar de aanpak (Stap 2), naar de analyse (Stap 3), de resultaten (Stap 4), en de vertaling naar een communicatiestrategie (Stap 5). Ook willen we je een goed beeld geven van de meerwaarde van de discoursanalyse. Maar eerst behandelen we de vragen: Wat is een discoursanalyse? Wat is discursieve psychologie? Wat is het nut van een discoursanalyse?

Wat is discoursanalyse?

'Discoursanalyse' staat voor een bijzondere manier van kijken naar communicatie. Waar normaal bij communicatieonderzoek/-analyse centraal staat wat mensen ergens van vinden is er bij discoursanalyse speciale aandacht voor de wijze waarop mensen in gesprek met elkaar dingen doen met taal. In plaats van alleen zoeken naar de mening van mensen (normaal communicatieonderzoek) geeft discoursanalyse je inzicht in de wijze waarop mensen hun ideeën en gedragingen verwoorden. Ook helpt discoursanalyse je beter te begrijpen hoe mensen formuleren in relatie tot anderen. Welke effecten ze al dan niet bewust nastreven met hun woorden.

De vorm van discoursanalyse waar het in dit boek om gaat, berust op de analyseregels van de discursieve psychologie.

Wat is discursieve psychologie?

De discursieve psychologie onderzoekt hoe zogenoemde discursieve activiteiten in gesprekken tussen mensen vorm krijgen, bijvoorbeeld hoe mensen al pratende hun geloofwaardigheid versterken, een houding verwoorden of betekenis aan iets geven (Wetherell & Potter, 1992). Discursief betekent zo iets als 'gespreksgewijs', 'redenerend' of 'stapje voor stapje met elkaar tot een conclusie komen'. Met andere woorden: er wordt gekeken hoe mensen in gesprek met elkaar tot inzichten komen.

In ieder gesprek worden allerlei zaken al pratende afgetast. Regelmatig gebruiken we het gesprek om tot oplossingen, standpunten of conclusies te komen, bijvoorbeeld de conclusie dat wanneer iemand tegen je zegt 'het tocht hier' je opstaat om het raam dicht te doen omdat je deze uitspraak de betekenis geeft van een verzoek (Edwards & Potter, 2001; Potter, 2004). Deze betekenissen zijn echter niet per definitie vanzelfsprekend. In het gesprek moeten we de ander regelmatig nog overtuigen van een bepaalde voorstelling van zaken.

De discursieve psychologie gaat ervan uit dat we in onze gesprekken met anderen vaak een doel hebben (Aarts & Te Molder, 1998). In de simpelste zin is dit doel de ander te overtuigen van de vanzelfsprekendheid van een bepaalde werkelijkheid. Zo'n werkelijkheid kan van alles zijn. Bijvoorbeeld als veganist jouw eetpatroon presenteren als 'heel makkelijk te doen' (Sneijder, 2006).

Als we iemand willen overtuigen, moeten we geloofwaardig zijn. Volgens de discursieve psychologie zijn we, terwijl we praten, dan ook constant bezig om geloofwaardig over te komen. Zo overtuigen we de ander ervan dat iets

vanzelfsprekend of waarachtig is. Dit gaat veelal onbewust. De manier waarop we ons uitdrukken en de woorden die we kiezen om zaken te beschrijven, zijn dus niet willekeurig of neutraal. Ze dienen een doel. Denk bijvoorbeeld alleen al aan de ‘rollen’ of ‘identiteiten’ die we onszelf en de ander in het gesprek, vaak impliciet, toebedelen. Zoals je bij een bezoek aan de dokter niet als een kleinzerige patiënt wil overkomen als je je klachten noemt.

Dit is in de kern waar de discoursanalyse gebaseerd op discursieve psychologie zich mee bezighoudt. Hoe weten mensen de ander ervan te overtuigen dat zij geloofwaardig zijn? En welk beeld of welke werkelijkheid wordt daarmee aannemelijker? Het gaat erom dat mensen handelen, al pratend zijn ze bezig om zichzelf op een bepaalde manier te presenteren en anderen te overtuigen.

Deze visie op taal verschilt van de manier waarop we taal vaak vanuit ons vakgebied benaderen. Veelal onderzoeken we wat onze doelgroep beweegt en hoe zij zaken zien door hen dit direct te vragen, bijvoorbeeld in een interview. Op basis van hun beschrijving van de werkelijkheid trekken we vervolgens conclusies. Maar volgens het discursieve perspectief doet taal dus veel meer dan alleen een boodschap of een mening overbrengen. De werkelijkheden die worden gecreëerd worden mogelijk niet expliciet benoemd en zijn daarom moeilijk te ‘vangen’ met een interviewvraag. Toch kunnen deze van grote betekenis zijn.

Wat is het nut van discoursanalyse?

Wat is nu precies het nut van het in kaart brengen van de manier waarop mensen hun geloofwaardigheid versterken? In onze gesprekken zetten we, bewust of onbewust, allerlei strategieën in om onze uitingen kracht bij te zetten. We benadrukken bijvoorbeeld hoe avontuurlijk we zijn door nog eens de herinnering aan die ene bungeesprong op te halen. Of we onderstrepen onze rol als arme student wanneer we onze zorgen uiten over het veranderde leenstelsel. Deze noodzaak om in gesprekken een bepaalde geloofwaardigheid op te bouwen duidt op een probleem: blijkbaar heerst het gevaar dat wij niet geloofd worden als wij spreken. Zo lopen we in gesprekken het risico:

- dat je van iets beschuldigd wordt, bijvoorbeeld dat je vooringenomen bent;
- dat je naar aanleiding van je uitspraken ter verantwoording wordt geroepen (Potter, 1996), bijvoorbeeld dat je moet aantonen je beweringen op feiten te baseren.

Zo’n impliciet probleem noemen we ook wel een *gespreksprobleem*. Een discoursanalyse geeft inzicht in gespreksproblemen en in de manier waarop je die door gespreksstrategieën oplost of voorkomt. Mensen doen dit bijvoorbeeld door in bepaalde situaties hun professionele rol te benadrukken en persoonlijke belangen te ondermijnen. In hoeverre ze daarin succesvol zijn, is vaak af te zien aan de reacties van hun gesprekspartners – die krijgen dan ook veel aandacht bij de analyse.

Inzichten in gespreksproblemen en gespreksstrategieën kunnen zeer waardevol zijn voor communicatieprofessionals. Want door te bekijken hoe mensen in hun gesprekken bepaalde valkuilen weten te omzeilen, wordt zichtbaar welke gevoeligheden en twijfels er leven. Dit biedt de mogelijkheid om met de gespreksproblemen van mensen rekening te houden. De communicatieprofessional leert de taal te spreken van zijn omgeving en kan die gebruiken voor het inzetten van communicatie in het publieke domein.



Stap 1

Vraagstuk: Wat is het communicatieprobleem?

- 1.1 **Is discoursanalyse hier geschikt?**
- 1.2 **Casus: De zaak Vaatstra**
- 1.3 **Is het gespreksmateriaal geschikt?**
- 1.4 **Conclusie: Wat is het communicatieprobleem?**
 - Samenvatting**
 - Opdrachten**

Je maakt kennis met de eerste stap die je zet bij de inzet van communicatie in het publieke domein. Je start altijd met de vraag: wat is het communicatieprobleem dat hier speelt? Aan de hand van een casus over een lang onopgeloste moordzaak leer je welke criteria gelden om te bepalen of een discoursanalyse geschikt is voor dat probleem. Daarnaast leer je hoe je kunt zien of het gespreksmateriaal geschikt is voor een discoursanalyse.

1.1 Is discoursanalyse hier geschikt?

Communicatie-
strategie

Stel je voor dat politie en justitie jou vragen om voor een zeer bekende, oude en nog steeds onopgeloste moordzaak de communicatiestrategie te ontwikkelen. Daarbij willen ze graag dat het ‘publiek’ van de noodzaak overtuigd raakt tot deelname aan een nieuwe vorm van DNA-onderzoek, waarbij de politie hoopt een match te krijgen tussen DNA dat gevonden is op het slachtoffer en DNA van de deelnemers. Het project zal de deelnemers in de privésfeer raken. Bijvoorbeeld omdat DNA-onderzoek duidelijk kan maken wie er wel en niet dezelfde stamvader hebben en uit het onderzoek kan blijken dat je broer van een andere vader is. Hierdoor zullen mensen mogelijk twijfels hebben of ze wel hun DNA willen afstaan. Hoe kun je deze zorgen achterhalen? Mogelijk ook hebben mensen weinig vertrouwen in de capaciteit van politie en justitie om deze moordzaak te kunnen oplossen omdat het onderzoek al dertien jaar loopt. Hoe kun je dit vertrouwen herstellen? Het lijkt er op dat je hier voor een fors communicatieprobleem staat, een probleem in het publieke domein waarbij communicatie ingezet moet worden.

Communicatie-
probleem

Discoursanalyse

De vraag is of er sprake is van een situatie waarin een discoursanalyse uitgevoerd kan worden en of dit de geschikteste methode is voor het specifieke vraagstuk waar je voor staat. Niet alle onderwerpen en thema's zijn geschikt voor een discoursanalyse.

Om te bepalen of een onderwerp zich leent voor een discoursanalyse bekijk je of het onderwerp aan de volgende twee voorwaarden voldoet.

- 1 Het onderwerp heeft voldoende praatpotentie.
- 2 Het onderwerp is persoonlijk relevant voor de gespreksdeelnemers.

Voorwaarde 1: Het onderwerp heeft voldoende praatpotentie

Communicatie-
vraagstuk

Het communicatievraagstuk gaat bij voorkeur over een onderwerp dat veel gesprekstof oplevert, oftewel praatpotentie heeft. Juist voor kwesties die aanleiding geven tot controverse is discoursanalyse een interessante methode, denk bijvoorbeeld aan de discussie over Zwarte Piet. Een discoursanalyse geeft inzicht in hoe mensen in hun conversaties met bepaalde zaken omgaan en is nuttig wanneer je tot doel hebt om beter aan te sluiten bij de belevingswereld en de gesprekken van mensen. Zo kom je erachter of er rond bepaalde thema's twijfels of (gespreks)problemen leven: niet iedereen is het per definitie met elkaar eens over het onderwerp.

Praatpotentie

Voorwaarde 2: Het onderwerp is persoonlijk relevant voor de gespreksdeelnemers

Het is voor een discoursanalyse van belang dat de gespreksdeelnemers ook zelf het onderwerp of thema als persoonlijk relevant beschouwen. Alleen dan is het voor hen zinnig om een standpunt in te nemen en is er de urgentie om geloofwaardigheid te creëren. Wanneer een gemeente bijvoorbeeld geïnteresseerd is in de gesprekken van burgers over een eventuele vergunning voor een nieuwe coffeeshop, zul je de gesprekken moeten onderzoeken tussen inwoners die direct zullen worden geraakt, zoals omwonenden of ouders met puberende kinderen.

Een voorbeeld van discoursanalytisch onderzoek dat aan de voorwaarde van praatpotentie en persoonlijke relevantie voldoet is de zaak Vaatstra.

Discours-
analytisch
onderzoek
Persoonlijke
relevantie

1

1.2 Casus: De zaak Vaatstra

Het onderzoek naar de moord op Marianne Vaatstra geldt in Nederland als een van de intensiefste van de afgelopen decennia. De 16-jarige Vaatstra wordt tijdens koninginnenacht in 1999 dood aangetroffen in een weiland in het Friese Veenklooster. Ze blijkt verkracht en op gruwelijke wijze vermoord. In de vier daarop volgende jaren onderzoeken twee volledige recherche-teams en een second-opionteam de zaak. Ten minste twaalf mensen worden aangehouden als verdachte en zo'n 2.500 tips worden nagetrokken. Bovendien wordt meer dan in enig ander onderzoek – 191 keer – gebruik gemaakt van gerichte DNA-vergelijking. Na juli 2003 wordt het onderzoek voortgezet in een cold caseteam. Dit is een speciaal rechercheteam dat nog eens vijf-honderd tips onderzoekt.

In 2000 maakt het Openbaar Ministerie Leeuwarden de afweging om geen grootschalig DNA-onderzoek te houden omdat er geen duidelijke link is tussen de opgeroepen personen en Marianne Vaatstra. Namens de familie Vaatstra start Peter R. de Vries vervolgens een procedure tegen de Staat om het OM te dwingen het DNA-onderzoek uit te voeren. Het gaat om 20.000 mannen die in een straal van 15 kilometer rondom de plaats delict woonden. Het OM ziet hier geen heil in. De eis wordt in een kort geding afgewezen.

Dertien jaar lang zorgt deze cold case voor veel onrust en geruchtvorming in de regio. Er leven allerlei suggesties en opvattingen over de richting waarin de dader gezocht moet. Een sterk gerucht is dat de dader een vluchteling is die in het dichtbijgelegen asielzoekerscentrum woonde ten tijde van het delict. De politie slaagt er echter niet in de echte dader te vinden. Dit leidt tot een verwijdering tussen burgers en overheid en ook tot wantrouwen in de overheid. Zoeken zij wel goed? Kunnen ze het wel? Wordt de vermeende vluchteling niet vervolgd omdat men bang is voor maatschappelijke onrust?

Geruchtvorming

Maatschappelijke onrust

Grootschalig DNA-verwantschapsonderzoek

De mogelijkheid om in september 2012 een grootschalig DNA-verwantschapsonderzoek in te zetten kan leiden tot een doorbraak in het onderzoek naar de moord. Omdat het nu verwantschapsonderzoek betreft is de kans op een match met het daderspoor veel groter. Zo kun je met verwantschapsonderzoek via het afgestane DNA van familieleden bij de dader komen.

Grootschalig
DNA-verwantschapsonderzoek

Door wantrouwen onder de bevolking begrijpen politie en justitie dat de wijze waarop de bevolking om haar medewerking gevraagd wordt van cruciaal belang is om het draagvlak voor dit ingrijpende type onderzoek – en dus de kans op een succesvolle inzet – te vergroten. De stuurgroep, bestaande uit de leiding van politie en justitie in Friesland en betrokken rechercheurs, vraagt advies bij de te volgen communicatie- en mediastrategie.

Draagvlak
Stuurgroep

FIGUUR 1.1 DNA-match in onderzoek Marianne Vaatstra

Nieuwsbericht 29-11-2012

Een doorbraak in het grootschalig DNA-verwantschapsonderzoek van het Nederlands Forensisch Instituut (NFI) naar de moord op Marianne Vaatstra: op zondag 18 november 2012 werd een man aangehouden wiens DNA matcht met het DNA dat destijds op de plaats van het misdrijf werd aangetroffen.

DNA-match

Voor het verwantschapsonderzoek stonden ruim 6.500 mannen in de omgeving van de plaats van het misdrijf hun DNA af. Kort nadat iets meer dan de helft van de anonieme monsters door het NFI was onderzocht, werd de match gevonden. Ook het tweede onderzoek met opnieuw afgenomen wangslijm van de verdachte, dat standaard wordt uitgevoerd ter controle, bevestigde de match. Daarmee stopte het grootschalig verwantschapsonderzoek door het NFI. Het vervolgonderzoek door het Openbaar Ministerie en politie is in volle gang.

Bron: Nederlands Forensisch Instituut, Ministerie van Veiligheid en Justitie

https://www.forensischinstituut.nl/over_het_nfi/nieuws/2012/dna-match-in-onderzoek-marianne-vaatstra.aspx

Briefing

De opdracht aan de adviescommissie luidt als volgt: 'ontwerp een communicatie- en mediastrategie met daarin een analyse van stakeholders'. Stakeholders zijn betrokken partijen zoals burgers, media en politiek. Ook vragen politie en Openbaar Ministerie om een activiteitenplan, een tijdslijn en een communicatiestrategie voor de afname van DNA.

In de briefing worden twee sporen voorgesteld:

- 1 Het communiceren met de samenleving (regionaal en landelijk) over een ander moordscenario dan dat het zou gaan om een vluchteling uit het nabijgelegen asielzoekerscentrum.
- 2 Het creëren van draagvlak voor medewerking aan een grootschalig DNA-bevolkingsonderzoek.

Briefing: Spoor 1

Voor spoor 1 wordt het nationaal bekende misdaadprogramma op tv van Peter R. de Vries benaderd. De programmamakers, de rechercheurs en de afdeling Communicatie van het Openbaar Ministerie bereiden samen op intensieve wijze een uitzending voor die anderhalf uur duurt. In de uitzending wordt uitgebreid stilgestaan bij een nieuw, mogelijk moordscenario en bij wat een grootschalig DNA-verwantschapsonderzoek inhoudt. Zo komt de vermoedelijke dader uit de nabije omgeving gezien het daderspoor dat op Marianne is aangetroffen. Het zou gaan om een man van westerse afkomst in plaats van een door de bevolking vermeende oosterse komaf. Het programma wordt door 1,2 miljoen mensen bekeken, waaronder veel mensen uit de omgeving.

Briefing: Spoor 2

Mede naar aanleiding van de uitzending van Peter R. de Vries wil men achterhalen wat er onder de bevolking leeft. Om draagvlak te creëren voor medewerking aan een grootschalig DNA-bevolkingsonderzoek is het van groot belang om bij de belevingswereld aan te sluiten. Gezien de gevoeligheid van het onderwerp en de persoonlijke relevantie voor de bevolking wordt aan de hand van een discoursanalyse uitgezocht hoe inwoners in hun gesprekken zelf woorden geven aan de situatie. Daartoe worden burgerfora georganiseerd met inwoners uit de regio. Burgerfora zijn bijeenkomsten met burgers. Een analyse van audiomateriaal van deze gesprekken geeft mogelijk inzicht in de wijze waarop mensen hun afwegingen formuleren. De gesprekken functioneren bovendien niet alleen als methode om gespreksmateriaal te verzamelen: door te praten met mensen uit de dorpen kan het gesprek op gang komen tussen overheid en bevolking, maar ook binnen de gemeenschap zelf.

Drie belangrijke vragen staan centraal:

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

Gespreksavonden

Er worden drie gespreksavonden in de omgeving georganiseerd. Gemiddeld zijn er per avond twaalf deelnemers aanwezig, zoals een kapper, een barman, een dominee en een schoolhoofd. Daarnaast zijn telkens de teamleider van het rechteam, het hoofd communicatie van het Openbaar Ministerie en de communicatieadviseur aanwezig. Een belangrijk criterium voor de selectie van deelnemers is dat deze in contact staan met veel andere inwoners uit de regio. Het idee hierachter is dat op deze wijze, voortvloeiend uit de burgerfora, ook in de samenleving het gesprek op gang kan komen. Al pratend met elkaar kunnen mensen hun afwegingen maken over het nieuwe moordscenario en de mogelijkheid van DNA-verwantschapsonderzoek.

Burgerfora

1.3 Is het gespreksmateriaal geschikt?

Discoursanalyse is sterk afhankelijk van de eigenschappen van het onderzoeksmateriaal. Het is daarom belangrijk te letten op de volgende eigenschappen van het gesprek:

- 1 Natuurlijkheid
- 2 Materiaaltype

Eigenschap 1: Natuurlijkheid

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

Luisterrondes

Eigenschap 2: Materiaaltype

Een gesprek kan op verschillende manieren vastgelegd zijn. Zoals in tabel 1.1 te zien is, heeft iedere vorm voor- en nadelen die meewegen bij de uiteindelijke keuze of het gespreksmateriaal geschikt is of niet.

TABEL 1.1 Voor- en nadelen van verschillende materiaaltypen (op basis van Snejder et al. (2007))

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

In het geval van de zaak Vaatstra wordt gekozen voor geluidsopnames van gesprekken waarbij het voordeel is dat de directe reacties van deelnemers worden betrokken in de analyse.

1.4 Conclusie: Wat is het communicatieprobleem?

Het communicatieprobleem in de zaak Vaatstra is dat er door DNA-verwantschapsonderzoek een doorbraak kan komen in een lang onopgeloste moordzaak, maar dat het onderzoek alleen kan slagen als het grote wantrouwen onder de bevolking wordt weggenomen.

De analyse in de zaak Vaatstra levert rijke inzichten op over de wijze waarop inwoners zelf praten over de nieuwe ontwikkelingen rond de cold case. Voorheen verliep de communicatie stroef tussen overheid (politie en OM) en de bewoners. Inwoners zijn vooral emotioneel, ongenueanceerd en sterk afwijzend naar de autoriteiten, zo dacht men bij politie en OM. Maar door met elkaar in gesprek te gaan wordt duidelijk dat inwoners met name terughoudend zijn in het maken van persoonlijke afwegingen en dat zij deze veelal formuleren namens andere inwoners. In het algemeen lijkt iedereen zich aan te passen aan wat sociaal wenselijk is. Uitspraken worden vaak niet voor eigen rekening genomen. Inwoners tonen zich juist voorzichtig. Daar waar tegenspraak ontstaat, zoeken gespreksdeelnemers tijdens het gesprek oplossingen om verschillen in visies te overbruggen en op deze wijze overeenstemming te creëren.

Tijdens de gespreksavonden vinden in tegenstelling tot in het verleden geen scherpe discussies plaats waaruit bijvoorbeeld onderling verwijderingen ontstonden. Er wordt veelal naar argumenten gezocht die de consensus bevorderen. Zoals te zien is in fragment 1.1, waarin R22 en R24 anonieme respondenten, ofwel inwoners, zijn die meededen aan de gespreksavonden.

Consensus

FRAGMENT 1.1

- 1 R22: Er is weinig vertrouwen in de overheid, weinig vertrouwen in
 2 de politiek en veel gemeenschapszin, je doet het voor elkaar.
 3 Allen: Je doet 't voor elkaar. ((instemmend gemompel))
 4 R24: Ik denk dat 't heel belangrijk is dat jullie dat in elk geval in
 5 jullie voorlichtingscampagne benadrukken dat je doet 't om
 aan die onzekerheid voor die ouders een einde te maken,
 6 dat je 't doet omdat voor de familie, omdat je de zaak opgelost
 7 wil hebben hiermee, maar je moet niet benadrukken dat je
 dit doet om de overheid zo nodig zou moeten helpen hier
 8 mee. Want daar hebben de mensen geen boodschap aan

Uit de discoursanalyse blijkt dat gespreksdeelnemers zich richten op de overeenkomsten tussen henzelf en de behoeften, interesses en doelen van de andere deelnemers. Zo wordt tijdens gespreksavonden veelal taalgebruik gehanteerd dat generaliserend is. Zaken worden als algemeen voorgesteld. Ook spreken inwoners in termen van 'wij' en 'ons'. Men formuleert de onopgeloste moord als een gezamenlijk probleem en niet langer als een onopgeloste zaak voor politie en OM. Deelnemers aan de burgerfora trachten ook op discursieve wijze elkaar te bewegen tot deelname. Ofwel, het gaat niet alleen om de inhoud van de argumenten die men gebruikt om elkaar te overtuigen, maar ook om de manier waarop deze argumenten worden vormgegeven.

Taalgebruik

Samenvatting

- ▶ Een bepaald probleem in het publieke domein kan uit een communicatieprobleem bestaan, zoals bij de zaak Vaatstra waar het wantrouwen onder de bevolking in de overheid een DNA-verwantschapsonderzoek in de weg kan staan. Een discoursanalyse naar hoe mensen praten over de zaak en over DNA-verwantschapsonderzoek kan helpen om beter inzicht in het communicatieprobleem te krijgen. Zo kan worden achterhaald waarop bijvoorbeeld het wantrouwen wordt gebaseerd.
- ▶ Om te bepalen of een communicatieprobleem zich leent voor een discoursanalyse bekijk je of het gaat om:
 - een onderwerp met voldoende praatpotentie;
 - een onderwerp dat persoonlijk relevant is voor de gesprekdeelnemers.
- ▶ Een discoursanalyse geeft inzicht in hoe mensen zelf omgaan in hun gesprekken met thema's die hen bezighouden en kan daarom helpen bij het aansluiten bij de belevingswereld van mensen. Zo kan het een ingang voor contact bieden, een eerste stap naar een communicatiestrategie.
- ▶ Discoursanalyse is sterk afhankelijk van de eigenschappen van het onderzoeksmateriaal. Het is daarom belangrijk om te letten of het gespreksmateriaal afkomstig is van natuurlijke gesprekken. Die gesprekken kunnen offline en online zijn. In de praktijk blijkt er niet altijd voor elk vraagstuk voldoende *natuurlijk* gespreksmateriaal beschikbaar te zijn. Er kan dan voor worden gekozen het gesprek aan te wakkeren, bijvoorbeeld door middel van burgerfora en luisterrondes.

Opdrachten

-
- 1.1**
- a** Wat is discoursanalyse?
 - b** Niet alle onderwerpen en thema's zijn geschikt voor een discoursanalyse. Aan welke twee voorwaarden moet een onderwerp voldoen?
 - c** Noem een actueel maatschappelijk onderwerp dat aan deze twee voorwaarden voldoet en leg uit waarom.
 - d** Geef aan in hoeverre er sprake is van een communicatievraagstuk.
 - e** Op welke manier kan discoursanalyse bijdragen aan het oplossen van een communicatievraagstuk?
- 1.2**
- Discoursanalyse is sterk afhankelijk van de eigenschappen van het gespreksmateriaal. Wanneer is het gespreksmateriaal geschikt?
- a** Een gesprek kan op verschillende manieren vastgelegd zijn. Elke vorm heeft voor- en nadelen. Ga op zoek naar fragmenten uit de gesprekken over het HPV-vaccinatieprogramma.
 - b** Benoem het 'materiaaltype' en geef aan wat de voor- en nadelen zijn.
- 1.3**
- Bijna twee decennia lang houdt de moord op Marianne Vaatstra Nederland in zijn greep. Om een doorbraak te forceren willen politie en justitie in 2012 een grootscheeps DNA-onderzoek houden onder manlijke inwoners uit de omgeving (straal van 15 km rondom de plaats delict). Burgers hebben inmiddels geen vertrouwen meer in de overheid (politie en justitie): waarom wordt de dader niet gevonden? Men besluit om een BN-er, misdaadjournalist Peter R. de Vries, in te zetten om het belang van een DNA-verwantschapsonderzoek en een nieuw moordscenario voor het voetlicht te brengen. Kijk deze uitzending terug op: www.youtube.com
- a** Verklaar vanuit communicatieoogpunt de keuze voor misdaadjournalist Peter R. de Vries.
 - b** Wat zou het effect van deze uitzending op de publieke opinie kunnen zijn aangaande het nieuwe moordscenario en het belang van (medewerking aan) DNA-verwantschapsonderzoek? Schets zoveel mogelijk scenario's.
 - c** Politie en justitie wilden mede naar aanleiding van deze uitzending weten hoe inwoners van drie Friese gemeenten *communiceerden* over het nieuwe moordscenario en de mogelijkheid van een grootschalig DNA-verwantschapsonderzoek. Leg uit waarom.
 - d** Naar aanleiding van deze uitzending werden verschillende burgerfora georganiseerd. Hieronder vind je enkele uitspraken die door inwoners zijn gedaan (datasets uit 'conversaties'/discours met betrekking tot de zaak Vaatstra) aangaande het grootschalige DNA-verwantschapsonderzoek. Geef op basis van onderstaande datasets aan hoe bewoners praten over de mogelijkheid van een grootschalig DNA-verwantschapsonderzoek in hun gemeente. Markeer sleutelwoorden en/of formuleringen.

- e Formuleer op basis van (analyse van) het gespreksmateriaal wat je communicatieboodschap zou zijn richting omwonenden om medewerking te verlenen aan het DNA-verwantschapsonderzoek.

FRAGMENT

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

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

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

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

R7 Ik denk niet dat 't zomaar iemand is.

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

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

R6 Ja, dat zou kunnen.

Allen Ja,ja,ja

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

R6 Ja, dan heb je zelf weer een probleem.

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

R6 Ja, maar als ik denk dat 't van mijn familie zou kunnen zijn? Vind ik dan belangrijk dat ik DNA afgeef? Ik denk 't niet.

(R staat voor respondent. De nummers zijn gegeven om zo inwoners te anonimiseren).
