

Politici aan het woord

Een onderzoek naar politici en hun taalstijlen¹

Christ'! De Landtsheer en Dieter Vertessen

ABSTRACT

This article details metaphor styles in Belgian-Flemish political discourse. Some scholars complain about uniformity and colorlessness of the modern political discourse. In this 'sound bite culture', metaphor plays, nevertheless, a major role. Sound bites were, in fact, found to rely upon these traditional elements of style. The present, empirical, article examines variety in metaphor used by Flemish politicians. The first part consists of a quantitative metaphor analysis of written press interviews with male and female politicians. The second part presents the results of in-depth interviews with politicians on the subject of their own and colleagues' political (metaphor) style strategies. The conclusion confronts politicians' impressions with our findings on political (metaphor) style in Flanders.

KEYWORDS: Political metaphor, Flemish-Belgian politics, political interviews, ideological style

“In het huidige tijdperk is meer aandacht voor de vorm waarin politiek wordt bedreven, weer noodzakelijk. Aandacht voor overtuigingskracht en de regels van de welsprekendheid kunnen daarbij een belangrijke rol spelen. Een overtuigend betoog is gebaseerd op een goed gestructureerd verhaal, enkele kwinkslagen en stekeligheden, heldere en korte zinnen, een gedoseerd gebruik van metaforen en citaten, een goede lichaamstaal en vooral sterke argumenten. Politieke meningsverschillen draaien uiteindelijk altijd om de inhoud. Maar de presentatie kenmerkt zich door een bepaalde stijl. Die vorm verzwakt, nuanceert of overdrijft, vestigt de aandacht of versluiert. Maar altijd geldt: de stijl – dat is de vrouw zelf.” (Frits Bolkestein, 1998)

1. Inleiding: beeldvorming als politiek probleem

Meer dan een halve eeuw geleden beschreef schrijver en publicist George Orwell (1946) in zijn essay *Politics and the English Language* het na oorlogse Engelse politieke discours als langdradig, ongeïnspireerd en met een groot gebrek aan creativiteit. De politieke taal is per definitie een slechte en lelijke taal, maar verbetering is mogelijk. Volgens Orwell mogen politici alleen politieke taal gebruiken die aansluit bij wat ze bedoelen. Het is de gezochte betekenis die richting moet geven aan de keuze van woorden en uitdrukkingen en niet andersom. Politici dienen bewust om te gaan met hun taalstijl. Standaarduitdrukkingen, een onzorgvuldige formulering en vaagheid staan het persuasieve proces in de weg en zorgen voor chaos. Chaos is te vinden in de politieke taal zelf maar wordt ook weerspiegeld in de politiek. De levenloosheid van de politieke taal is een symptoom van een slecht politiek klimaat waarin democratische idealen ver te zoeken zijn. Met zijn analyse bewijst Orwell naast fictieschrijver ook futuroloog te zijn. De voorbije zestig jaar hebben zich in de publieke sfeer ontwikkelingen voltrokken die volgens diverse auteurs een bedreiging vormen voor een levendige politieke taal die de democratie stimuleert.

De vraag is natuurlijk wat je als ‘een levendige politieke taal’ beschouwt. Wekt de taal van de politieke journalistiek ‘pur sang’ die ons bereikt vanuit de Belgische Wetstraat (‘wetstraatjargon’) of het Nederlandse Binnenhof (‘binnenhofbargoens’) voor ons de politiek tot leven? Het gaat hier in elk geval over een veelal technische en voorzichtige verwoording van beleidskeuzes die door sommigen ‘langdradig’ genoemd wordt (Demeester, 2002; Bolkestein, 1998). Maar hoe zit het dan met politieke uitspraken als “je kunt niet binnen en buiten een partij stappen als binnen en buiten een café” (De Wever, 2009). Zijn het vooral deze, meestal metaforische, compacte uitingen van de moderne mediacultuur die onze democratie tot leven wekken?

Het gaat hier duidelijk om verschillende vormen van politiek taalgebruik, waarbij de eerste tijd en nadenken vraagt van de burger en de laatste direct de (emotioneel gekleurde) leefwereld aanspreekt. Voortbouwend op het onderscheid dat Aristoteles maakt tussen *logos* en *pathos* onderscheiden we twee vormen van overtuigen: het logisch en zakelijk argumenteren dat ook wel overreden genoemd wordt tegenover het inwerken op de emotie. In de zakelijke stijl (*cf. logos*) staan argumenten centraal en is er weinig plaats voor empathie. De emotionele stijl (*cf. pathos*) overtuigt door het opwekken van emotie. Metaforen kunnen beide functies vervullen, maar in de politiek leveren zij in de regel een emotionaliserend effect op. Enkel in wetenschappelijke literatuur duiken metaforen op die een neutrale weergave willen zijn van een situatie. In andere talen vinden we overigens betere termen om het

onderscheid tussen de twee vormen van overtuigen weer te geven (bijvoorbeeld, to convince – to persuade). Maar beide vormen van politieke taal dragen bij tot een politiek debat waarbij discussie het hart van de democratie is, en zij overtuigen in het passionele spel dat politici en hun partijen spelen (Street, 2001).

Wat is dan problematisch aan het actuele politieke taalgebruik? We beschrijven dit aan de hand van een symptomatisch voorbeeld. De Nederlandse openbare-omroepjournaliste Clairy Polak werpt in het politieke kwaliteitsprogramma Buitenhof (21/2/2010) de uittredende premier Jan-Peter Balkenende bij herhaling haar inzicht voor de voeten dat het “allang niet meer over de inhoud gaat [...], of het waar is, daar gaat het op een gegeven moment niet meer over [...], het gaat enkel over de beeldvorming”. Het belangrijkste onderwerp van dit Buitenhof-interview met Balkenende is dat in de perceptie, zijn regie altijd “te wensen over laat” terwijl vice-premier Wouter Bos gezien wordt als iemand die altijd “draait”.

We kunnen enkel concluderen dat het belang van beeldvorming toegenomen is (Druckmann, 2003; Scheuer, 1999). Het trekken en kortstondig vasthouden van de aandacht van de kijker- kiezer lijkt het ‘ideologisch’ overtuigen met argumenten compleet verdrongen te hebben. De commercialisering van de media en van de samenleving laten duidelijk sporen na (De Landtsheer 2004; Blommaert, 2001; Hallin, 1992). De vorm overtreft in belang de inhoud en onze cultuur verwordt tot een soundbitecultuur waarin alles kort en pakkend, of zelfs ‘beeldend’ moet zijn. Politici kunnen moeilijk anders dan professionals inhuren en meelopen in de gang van zaken. Men kan zich afvragen in hoeverre deze commercieel getinte restyling het politieke discours gedegradeerd heeft tot een ‘kleurloos’ of weinig ideologisch format. Lopen een politiek bevorderende stijl en de mediastijl elkaar mis, met politieke vervreemding en vervlakking als onwenselijke gevolgen (Kaid, 1981; Elchardus, 2002; Frankfurt, 2005; Meyer & Hinchman, 2002)? Halen de media de ‘angel’ uit het politieke debat? De meeste auteurs laten zich pessimistisch uit maar anderen blijven de democratische kracht van het discours en debat benadrukken (zie bijvoorbeeld Hart, 2000 voor een optimistische kijk op de rol van politieke taal en kiescampagnes in de Verenigde Staten). Het enorme gewicht van stijl in de politiek maakt de nood om het fenomeen serieus en systematisch te bestuderen in elk geval groter.

Dit artikel over de diversiteit van beeldspraak bij Vlaamse politici geeft een voorzet. Het eerste deel schetst het theoretisch kader van de politieke ‘soundbitecultuur’ met begrippen als ‘politieke taal’, ‘stijl’ en ‘metaforen’. Het tweede deel behandelt de vraagstelling of er (nog ideologische en andere) variatie in politieke taal en meer bepaald beeldspraak bestaat. Dit gebeurt met behulp van een kwantitatief onderzoek, *Case 1. Een onderzoek naar politici en hun taalstijlen. Case 2. Politici*

aan het woord, is een kwalitatief onderzoek. Bij wijze van conclusie worden de resultaten van de politieke taalanalyse geconfronteerd met wat politici zelf vinden van het politiek taalgebruik van zichzelf en van anderen.

2. De soundbitecultuur

Voor we politici zelf aan het woord laten en hun uitspraken in verband brengen met de taal van henzelf en van anderen uit de ‘politieke praktijk’, vernauwen we enkele voor ons cruciale begrippen als ‘politieke taal’, ‘soundbitecultuur’, ‘stijl’, en ‘metaforen’.

2.1. *Politieke taal*

Wat wordt hier bedoeld met ‘politieke taal’? Alvorens in detail het begrip taalstijl uit te werken, willen we duidelijk maken over welk onderdeel van politiek taalgebruik dit onderzoek gaat. De tweeledigheid van de term geeft weer hoe politiek en taal op een fundamenteel niveau met elkaar verbonden zijn. Politiek kan worden begrepen als een inherent menselijke activiteit waarbij groepen beslissingen nemen door onderlinge verschillen weg te werken (Chilton, 2004; Hague en Harrop, 2004). Verschillen in standpunten, meningen en visies worden geneutraliseerd door communicatie tussen en binnen groepen. De taal die voor deze communicatie wordt gebruikt krijgt zowel van publicisten als van wetenschappers de naam ‘politieke taal’ (Graber, 2005). De geproduceerde effecten zijn sociale effecten omdat ze mensen verenigen rond een bepaalde mening. Politici, die zelf een rol vervullen in de politiek, zijn belangrijke producenten en gebruikers van politieke taal. Hun rol is echter niet exclusief, waardoor voor de volledigheid eveneens de ‘taal in de politiek’ van niet-politici beschreven moet worden. Naast politici zijn er andere actoren (journalisten, het middenveld, experts, burgers...) die politiek vorm geven, bepalen of beïnvloeden. Omdat deze andere politieke actoren onmisbaar zijn in de politiek, hebben ze ook hun eigen stem in de politieke taal (Fairclough, 1995). Er moet daarom een onderscheid gemaakt worden tussen de ‘taal van politici’ en de ‘taal in de politiek’ (Wodak en De Cillia, 2006), maar wetenschappelijk gezien is ‘politieke taal’ natuurlijk een nog ruimer begrip. Taal hoeft immers niet per se in de politiek gebruikt te worden om toch een politieke functie en ideologisch karakter te bezitten (bijvoorbeeld liedjes van U2). Een ruime opvatting van politieke taal als taalgebruik in de publieke sfeer doet ook recht aan het belang van gemediatieerde taal (Dahlgren, 2001). Hoewel een diepgaande theoretische discussie over de relatie tussen taal en ideologie buiten het bestek van dit artikel valt (zie hiervoor

bijvoorbeeld De Landtsheer, 1998), is een verdere precisering van ‘politieke taal’ voor deze studie noodzakelijk.

2.2. *Soundbitecultuur*

Soundbites zijn compacte uitspraken van politici die vaker dan andere geciteerd worden door de media. Zeer vaak bevatten deze uitspraken beeldspraak en klankrijm (Opfer & Anderson, 1992). Soundbites kunnen dus beschouwd worden als een vorm van strategische politieke communicatie door politici. Zij staan voor de gemediatiseerde taal van politici die in potentie het kiespubliek bereikt (Fairclough, 1995). In de politieke televisiecultuur hebben soundbites de vroegere slogans vervangen als politieke symbolen. Maar hoe politiek zijn deze symbolen?

Media zijn in de voorbije decennia steeds belangrijker geworden, waardoor ook politiek meer verbonden is geraakt met media. Vanwege het nauwere contact tussen het politieke en het mediaveld werd politieke taal steeds vaker gemediatiseerd. Journalisten moeten selecteren, knippen en monteren, en de verkoopbaarheid van politiek nieuws wint aan belang. Politici hebben geen keuze bij deze veranderingen in het mediaveld, en beschouwingen duwen hen dan ook meestal in de slachtofferrol, hoewel opmerkelijke politici natuurlijk ook nieuwe kansen krijgen om macht te verwerven (Franklin, 2004). Deze medialogica (Altheide en Snow, 1979; Van Aelst, 2006; Brants & Van Praag, 2006) bepaalt steeds vaker het doen en denken van de hedendaagse politicus, en professionalisering, politieke marketing en politiek impressiemanagement winnen aan belang (De Landtsheer, 2004; Franklin, 2004; De Ridder, 1999). De maatschappelijke omgeving waarin politiek en politieke taal gemediatiseerd worden noemen we hier de soundbitecultuur (Scheuer, 1999). De politieke taal die in dit artikel aan bod komt, is politieke taal die gevormd en gebruikt wordt in de soundbitecultuur.

2.3. *Stijl*

In zijn introductie op stijl in de politiek geeft Hariman (1995: 8) een bruikbare en algemene definitie van stijl, die verwijst naar karakteristieke en bepalende elementen in compositie van een bepaald medium, een genre of een individu, enzovoort. Stijl kan zo verwijzen naar een combinatie van kledingstukken en penseelstreken, maar ook naar een bepaald soort taalgebruik. De vorm of de stijl is dus een ruim begrip. Men kan in de politieke taal de aandacht richten op diverse verbale vormelementen (retorische vragen, complexiteit, persoonlijke voornaamwoorden, dia-

lecten, enz.). Maar men kan zich ook concentreren op niet-verbale vormelementen (toonhoogte, spreekritme, geluidssterkte, enz.).

Er gaat steeds meer aandacht naar de vorm of de stijl die door de soundbitecultuur eigenlijk belangrijker geworden is dan de inhoud (Franklin 2004). Het onderscheid tussen vorm en inhoud in de taal werd al beschreven door Aristoteles en duikt later onder verschillende benamingen steeds weer op (bijvoorbeeld 'logos' en 'lexis', 'res' en 'verba', 'inhoud' en 'vorm') (Covino en Jolliffe, 1995; Burton, 2004). Zoals duidelijk wordt in de populaire wetenschappelijke discipline cognitieve linguïstiek gaat het om een kunstmatig onderscheid (zie bijvoorbeeld Lakoff & Johnson, 1980). Want elke poging om de concepten 'vorm' en 'inhoud' te scheiden maakt de relatie tussen ideeën en de verbale expressie ervan duidelijker (Burton, 2004).

'Stijl' is in onze cultuur een gegeven (Bradford, 1997), of het nu gaat om stijl in het wetenschappelijke debat of in de populaire cultuur (als titel van hippe Engelstalige magazines, als compliment, als onderscheidend criterium in de kunsten, enz.). Voor Aristoteles moet stijl altijd aansluiten bij de situatie zoals deze zich voordoet. Bitzer (1968) introduceert hiervoor het begrip 'retorische situatie'. Retoriek wordt beschouwd als het formuleren van passende antwoorden op gestelde vragen. Een passende stijl moet mensen kunnen overtuigen van de 'waarheid' of het 'goede'. Een kerneigenschap van democratie is dat burgers keuze hebben (links tegenover rechts, man tegenover vrouw, conservatief tegenover progressief, enz.) (McNair, 1999). In een gecommmercialiseerde samenleving is het enige bepalende element echter de verkoopbaarheid van het product. Het wordt op de duur zeer moeilijk om nog de 'ideologie' of de 'identiteit' van de maker terug te vinden in het product. Volgens Bitzer (1968) hebben we dan te maken met een "oneigenlijke" retorische situatie. Het terugvinden van de 'keuze'-elementen (sporen van ideologie, van persoonlijkheid of van gender) ondersteunt natuurlijk de authenticiteit van de retorische situatie.

2.4. *Metaforen*

Metaforen of beeldspraak zijn stijlcomponenten bij uitstek. Sinds *Metaphors We Live By* (Lakoff & Johnson, 1980) wordt in brede maatschappelijke en wetenschappelijke kringen aanvaard dat metaforen meer zijn dan triviale stijlfiguren: ons denken zelf verloopt metaforisch en van de metaforen in de taal kan deze metaforische werking worden afgeleid.

In de oudheid was men ook al tot de conclusie gekomen dat metaforen krachtige stijlmiddelen zijn. Aristoteles heeft veel aandacht besteed aan metaforen, die hij

beschouwde als woorden die vreemd zijn in een context. Ze kunnen een tekst verfraaien maar helpen ook om lezers te overtuigen (Herrick, 2001). Volgens Aristoteles kon stijl de goede zaak vooruithelpen, maar dit optimisme werd in de daaropvolgende eeuwen niet door iedereen gevolgd. De zeventiende-eeuwse empirist Thomas Hobbes (1588-1679) beschouwde het gebruik van metaforen als een van de belangrijkste misbruiken van taal omdat zij het heldere denken beletten (Grey, 2000). De auteurs van dit artikel zijn van oordeel dat metaforen esthetische stijlelementen zijn waarvan het potentieel tot misleiding, in de sfeer van politiek of economie, anders dan in de kunst, kritische aandacht rechtvaardigt.

Het gebruik van metaforen in de politiek wordt tegenwoordig op twee manieren bestudeerd. Je kan alle metaforen onderzoeken die in de taalpraktijk gebruikt worden of je kan ervoor kiezen enkele sleutelmetaforen grondiger te behandelen (Glucksberg, 2001; Steen, 2002). De eerste methode onderzoekt metaforen vooral als linguïstische en retorische stijlelementen; de tweede methode legt vaak de nadruk op de cognitieve effecten van het metafoorgebruik. Het onderzoek in dit artikel volgt vooral de eerste benadering. Het eerste empirische luik met de inhoudsanalyse, *Case 1*, en het tweede empirische luik met de interviews, *Case 2*, handelen over de metaforen die Belgische en vooral Vlaamse politici gebruiken in de publieke sfeer van de Vlaamse media. In het onderzoek komt in beperkte mate echter ook de tweede methode aan bod. Dit gebeurt wanneer we enkele soorten van metaforen met elkaar in verband brengen en ingaan op de betekenis en het belang van deze metaforengroepen.

3. Case 1. Een onderzoek naar politici en hun taalstijlen

Vertoont de politieke taal in Vlaanderen nog wel genoeg variatie? Vooraleer we in *Case 2* politici zelf aan het woord laten, presenteren we in *Case 1* de resultaten van een metaforenanalyse van hun taal in Vlaamse kranten en tijdschriften. Het onderzoek omvat alle interviews met politici die in januari, februari en maart 2005 gepubliceerd werden door de *Gazet Van Antwerpen*, *De Morgen*, *Het Laatste Nieuws*, *Het Nieuwsblad*, *De Standaard*, *De Tijd*, *Knack* en *Humo*. Als format voor metaforenanalyse kan men interviews met politici in de geschreven pers eerder vergelijken met speeches dan met interviews of debatten uitgezonden door de televisie die veel compacter zijn.

De resultaten van de inhoudsanalyse bespreken we aan de hand van drie elementen in de retorische situatie (Bitzer, 1968): ideologie, gender en persoonlijkheid. Is de politieke taal dermate ‘gemediatiseerd’ dat men daarin geen authentieke elementen meer terugvindt die verwijzen naar de ideologie, de persoon of het geslacht van

de spreker? Mogelijke variatie kan op verschillende punten onderzocht worden. In het bestek van dit onderzoek concentreren we ons op drie voor de hand liggende elementen. Eerder onderzoek laat veronderstellen dat het hier om elementen gaat die nog authentiek zijn. Taalstijlen van politici zouden verschillen naar gelang van hun persoonlijkheid, of zij man of vrouw zijn en volgens hun politieke ideologie. We gebruiken het cruciale stijlmiddel metafoor om deze hypothesen te toetsen.

Ten eerste onderzoeken we of ideologieën geoperationaliseerd naar politieke partijen andere metaforen gebruiken. Verschilt het metaforisch gehalte van de taal van politieke groepen? Eerder empirisch onderzoek van de auteurs bevat hiervoor duidelijke aanwijzingen. De retoriek in het Europese Parlement van extreme fracties ter linker- en ter rechterzijde van het politieke spectrum is veel meer metaforisch dan deze van andere (centrum)fracties (De Landtsheer, 1998). Vergelijkbaar onderzoek voor het Parlement in Oekraïne heeft tot dezelfde conclusie geleid (Taran, 2000).

Ten tweede onderzoeken we of de politieke stijl van mannen afwijkt van deze van vrouwen. Onderzoek toont aan dat vrouwen die actief zijn in de politiek geconfronteerd worden met het probleem dat politiek traditioneel een bezigheid voor mannen is. Kritiek die vrouwen van mannen krijgen is dat ze niet rationeel genoeg denken en dat zij zich laten leiden door het concrete. Deze vaak onuitgesproken kritiek zou bevestigd worden door verschillende verwachtingspatronen van mannen en vrouwen. Politieke vrouwen kunnen ervoor kiezen zich een mannelijke (rationele en abstracte) stijl aan te meten of zij kunnen proberen te overtuigen met een passionele vrouwelijke stijl waarin plaats is voor het persoonlijke (Mayhead en Marshall, 2005). Het eerder geciteerde onderzoek over taalgebruik in het Euro-parlement (De Landtsheer, 1998) suggereert dat vrouwelijke politici zich minder metaforisch uitdrukken dan hun mannelijke collega's. Ook in ander nog ongepubliceerd onderzoek vinden we aanwijzingen in de richting van de eerste optie: metaforescores van vrouwen zijn doorgaans lager dan die van mannen, en bij de hoogste scores doen vrouwen helemaal niet mee.

Ten derde stellen we een ranglijst op waarin de persoonlijke resultaten van politici inzake metafoorgebruik vermeld worden. Volgens politiek-psychologisch onderzoek kunnen wij verschillen in taalgebruik verwachten naar gelang van de persoonlijkheid van de politicus. Dit onderzoek vanuit de politieke psychologie wijst ook op een relatie tussen persoonlijkheid en ideologie (bijvoorbeeld Immelman, 2002; Suedfeld & Tetlock, 1977; Harvey, Hunt & Schroeder, 1961). Centrupolitici en gematigde persoonlijkheden verkiezen feitenanalyses van de huidige situatie en een logische argumentatie. Marginale leiders en extreme persoonlijkheden verliezen zich sneller in mythisch en metaforisch denken (Taran, 2000).

3.1. *Methode en codering*

Voor de inhoudsanalyse in *Case 1* gebruiken we een metafoorindex (De Landtsheer, 2008) als maat om verschillende taalstijlen te discrimineren. De metafoorindex combineert de twee hoger beschreven methodologische benaderingen (onderzoek van alle gebruikte metaforen tegenover onderzoek van één of meer sleutelmetaforen). Deze metafoorindex is een kwantitatieve weergave van de metaforische kracht van een tekst. Een hoge metafoorindex wijst op een sterk metaforische tekst met een hoge dosis emotie die gericht is op onmiddellijk contact met het publiek. Een lage metafoorindex wijst op een zwak metaforische tekst die tracht te overtuigen met argumentatie en logica eerder dan met emotie. Inzake emoties en metaforen wordt hier het standpunt van de cognitieve psychologie gehuldigd, dat zijn oorsprong vindt in het werk van Aristoteles (Oatley, 2001). Emoties zijn de wegwijzers van de cognitie: zij selecteren onze overtuigingen, bepalen onze prioriteiten en geven aan waar onze aandacht naar uitgaat, zij vertekenen zelfs de toegang tot onze herinneringen. Metaforen doen hetzelfde: zij leiden onze kennis in een bepaalde richting (Kittay, 1995). Door metaforen te gebruiken categoriseren wij en kiezen wij een perspectief. De metafoorindex (M) wordt berekend op basis van de metafoorfrequentie (F), de intensiteit (I) van de gevonden metaforen en de beelden (C) die de metaforen oproepen. Om de metafoorfrequentie (F) te berekenen, moet men eerst duidelijk aangeven wat men als een metafoor beschouwt. De term ‘steekvlampartijen’ bijvoorbeeld handelt over de politiek en meer bepaald over ‘partijen’ (de context of het ‘frame’) maar gebruikt tezelfdertijd een beeld uit een andere sfeer dan de politiek, de techniek, namelijk ‘steekvlam’ (de ‘focus’ van de metafoor). De intensiteitsvariable (I) geeft de mate weer waarin de ‘andere sfeer’ (bijvoorbeeld de techniek) nog leeft in de metafoor. Denkt men bij de term ‘steekvlampartijen’ nog echt aan een steekvlam of is de term in die mate ingeburgerd dat de associatie verdwenen is en dat enkel het begrip van snel opkomende en verdwijnende partijen overblijft? Het gaat hier dus over het nieuwe en originele karakter van de metafoor. De inhoudsvariabele (C) rangschikt inhoudscategorieën van laag naar hoog op basis van hun emotioneel potentieel en van de mate waarin ze de bestaande orde vooral bevestigen of kunnen verstoren. Hoe minder het individu geacht wordt zelf controle over zijn situatie te kunnen uitoefenen, des te sterker zijn de metaforen die politici gebruiken. Deze empirisch gevalideerde inhoudsschaal bestaat uit zes categorieën:

- (1) volkse en alledaagse metaforen. Deze metaforen maken het abstracte tastbaar. Bijvoorbeeld: “De problemen tussen de Belgische regio’s werden opnieuw in de koelkast gestopt” (VB’er Frank Vanhecke, VTM nieuws, 11/1/2003);
- (2) natuurmetaforen. Dit soort beeldspraak kan in twee richtingen gebruikt worden. De natuurlijke orde wordt bevestigd en de mens heeft hierover minder of meer controle. Er bestaan wilde dieren maar ook huisdieren. Bijvoorbeeld:

“Steve Stevaert gaat altijd mee met de wind” (CD&V’er Jean-Luc Dehaene, VTM nieuws, 8/1/2003);

- (3) navigatie-, constructie- en andere ‘gesofisticeerde’ metaforen. Deze beeldspraak heeft een ambivalent karakter. Zij laat politici toe om meerdere dimensies van ingewikkelde problemen weer te geven. Architectuurmetaforen bevorderen discussie, maar mechanische metaforen laten zien dat men als burger niet altijd de controle kan hebben. “Volgens de ecologische gebruiken, worden in Antwerpen de Groene politici gerecycleerd, net als het huisvuil” (VB’er Filip De Winter, VRT nieuws, 10/5/2003);
- (4) rampen- onheils- en geweldmetaforen. Deze beeldspraak verwijst naar negatieve emoties als angst, wanhoop en agressie. Toch kan de burger nog enige controle uitoefenen. “Vergeleken met alles wat hij hiervoor gezegd heeft betekent dit een capitulatie” (CD&V’er Eric Van Rompuy, VRT nieuws, 7/1/2003);
- (5) sport-, spel- en dramametaforen. Deze categorie, die een onrealistisch beeld van de realiteit neerzet, spreekt veel mensen aan, omdat zij toelaat te ‘ontsnappen’. Bijvoorbeeld: “Ik ga in het offensief, nu en dan moet men aanvallen om een goal te maken, maar het moet wel snel gaan”(sp.a’er Johan Vande Lanotte, VTM nieuws, 7/5/2003);
- (6) lichaams-, ziekte en doodsmetaforen. Deze laatste categorie is de krachtigste. Het gaat om zeer emotionele metaforen die suggereren dat de burger alle controle verloren heeft; er is behoefte aan ‘een dokter’. Bijvoorbeeld: “natuurlijk krijg je een sterke reactie als je de meerderheid van de Vlamingen iets door de strot duwt waar zij een hekel aan hebben, het migrantenstemrecht” (VLD’er Karel De Gucht, VTM nieuws, 5/12/2003). De metafoorindex wordt berekend als het product van de metafoorfrequentie per honderd woorden, de intensiteitsvariabele en de inhoudsvariabele ($M = F \times I \times C$). Voor een toelichting bij de gebruikte methode verwijzen we naar het artikel “Collecting Political Meaning from the Count of Metaphor” (De Landtsheer, 2009). Voor een overzicht van theoretische inzichten over metaforen in relatie tot de politiek en van gerelateerd empirisch onderzoek verwijzen wij naar de bundel *Metaphorical World Politics* (Beer & De Landtsheer, 2004).

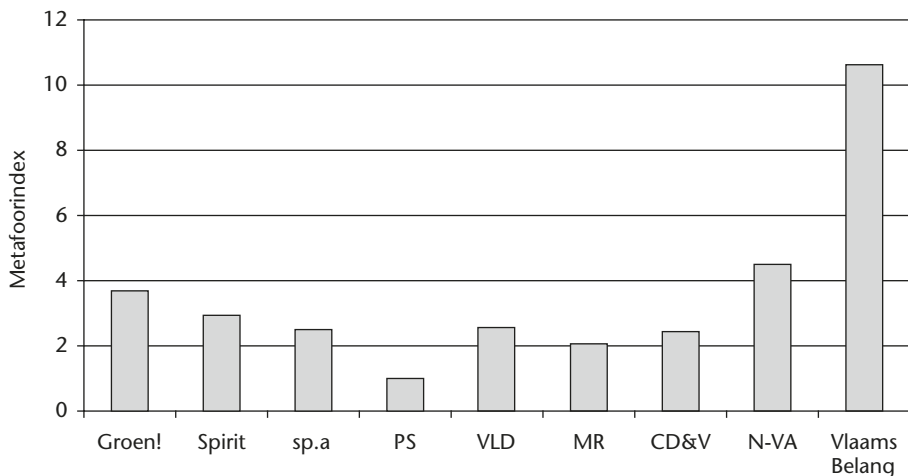
De codering gebeurde in eerste instantie door eerstejaarsstudenten. Zij hebben een gedetailleerde instructie ontvangen om hun ‘opdracht’ uit te voeren, die meetelde in het kader van het vak “Inleiding tot de communicatiewetenschappen”. Om de kwaliteit van het bestand te verbeteren, besloten we enkel die metaforen te selecteren die door meer dan één codeur werden gevonden. Onherroepelijk missen we daardoor metaforen in het bestand dat we gebruiken, maar anderzijds verhoogt dit de validiteit. Het bestand bevat vooral de meest opvallende metaforen die evident als metaforisch worden beschouwd. Omdat de manier waarop dit bestand tot stand komt nogal specifiek is, moeten de data omzichtig behandeld worden. De

gegevens geven duidelijke aanwijzingen, maar verder onderzoek is wenselijk. Op deze manier ontstaat een bestand met 1294 metaforen in 270.115 woorden van 23 vrouwelijke en 81 mannelijke politici.

3.2. Resultaten metaforen en ideologie

Een eerste conclusie uit de data is dat er nog heel wat ideologische variatie bestaat in het politieke metafoorgebruik in Vlaanderen. Dit kan men opmaken uit Figuur 1 en Tabel 1.

Figuur 1 geeft een overzicht van het metafoorgebruik in het Belgische politieke landschap op basis van ons onderzoek in de Vlaamse media. Wat opvalt is de U-vorm en de uitschieter aan de extreem-rechtse kant. De U-vorm zou beter blijken uit de grafiek als Vlaams Belang (10,60) niet zo afwijkend hoog zou scoren. Nu worden alle andere partijen wat in elkaar gedrukt. N-VA (4,52) scoort veel hoger dan de partijen in het centrum, en ook helemaal aan de andere kant behaalt Groen! (3,66) een vrij hoge score. Spirit (2,96) scoort hoger dan de drie grote Vlaamse traditionele partijen: sp.a (2,51), VLD (2,55) en CD&V (2,42). Twee Waalse partijen, PS (0,98) en MR (2,08), scoren beduidend lager. Vlaams Belang scoort dus viermaal zo hoog als de drie traditionele partijen.



Figuur 1. Metafoorindex per partij in Vlaamse kranten- en tijdschrifteninterviews met politici (januari-februari-maart 2005, minimum 1700 onderzochte woorden per partij).

Over de zeer lage scores van de Waalse partijen merken we het volgende op. Deze scores zijn waarschijnlijk voor een stuk te verklaren door de moeilijkheid om me-

taforen te gebruiken in een andere dan de moedertaal. Anderzijds kan het zijn dat de journalist, als het interview in het Frans afgenomen werd, er niet in geslaagd is om de metaforen te vertalen. Meer onderzoek is hier nodig.

De samenstelling van de metafoorindex maakt het mogelijk om ook een overzicht te geven van de populariteit van bepaalde categorieën van beelden. Tabel 1 geeft een overzicht van de verdeling van de gebruikte beelden per partij.

TABEL 1. **Overzicht van de proporties in metaforen gebruikte inhoudscategorieën per partij (in %)(Vlaamse kranten- en tijdschrifteninterviews met politici tijdens de eerste drie maanden van 2005).**

Partijen	Volks	Natuur	Navigatie-politiek enz.	Onheil geweld enz.	Sport spel drama	Medisch ziekte dood
CD&V	41,04	11,94	5,97	13,43	16,42	11,19
Groen!	27,27	9,09	6,06	15,15	9,09	33,33
MR	45,00	15,00	0,00	15,00	15,00	10,00
N-VA	55,00	0,00	10,00	10,00	5,00	20,00
PS	48,15	25,93	3,70	7,41	3,70	11,11
sp.a	38,73	19,37	4,23	7,75	12,68	17,25
Spirit	40,38	9,62	11,54	7,69	7,69	23,08
VB	25,00	13,46	7,69	9,62	9,62	34,62
VLD	50,40	9,60	10,40	7,60	9,60	12,4

Groen! en Vlaams Belang blijken het vaakst metaforen te gebruiken met lichaamsbeelden of beelden die verwijzen naar de dood of ziekte. Zo beschijft Jurgen Verstrepen (VB) (GVA, 26/02/2005) Mechelen als “een dode stad” en vraagt hij zich af welke partijen als eerste op het “schavot” zullen terechtkomen. Ingrid Pira (Groen!) (GVA, 14/02/2005) heeft het over het “verkeersinfarct” in Mortsels en Jos Stassen (Groen!) (De Tijd, 26/02/2005) voelt zich “gehandicapt” door een gebrek aan vertegenwoordiging. De neutrale volkse en populaire beelden uit het dagelijkse leven komen vooral voor bij N-VA en VLD. Opmerkelijk is dat Groen! het allerminste natuurmetaforen gebruikt. Dit kan verklaard worden omdat Groen! meestal in letterlijke bewoordingen over de natuur spreekt. Bij de derde categorie, met daarin onder andere de navigatiemetaforen, scoren VLD en Spirit hoog. Patrick Dewael (VLD) (HLN, 12/03/2005) vergelijkt de politiek bijvoorbeeld met een tanker die je enkel traag “van koers kan doen veranderen”. Groen! scoort opnieuw hoog in de volgende categorie, de rampenmetaforen. Mieke Vogels (GVA, 12/03/2005) heeft het bijvoorbeeld over onderhandelingen “waarbij net geen revolvers op tafel lagen”. De sportbeelden vinden we vooral terug bij CD&V. Pieter De Crem (17/01/2005) gebruikt in een interview met Het Laatste Nieuws heel wat

voetbalmetaforen (bijvoorbeeld, “om te scoren moet je de bal hebben” en “de honger naar de bal is groot”) en Yves Leterme (GVA, 26/03/2005) zoekt vaak metaforen in het wielrennen.

3.3. *Resultaten metaforen en gender*

De huidige studie stoffeert verder de conclusie uit eerder onderzoek dat vrouwen zich in de politiek rationeler uitdrukken dan mannen en dat zij minder en andere metaforen gebruiken.

Uit onze inhoudsanalyse blijkt dat niet zozeer de frequentie (M: 0,48 – V: 0,49) verschilt, maar dat er vooral variatie zit in de intensiteit (M: 2,01 – V: 1,96) en in de gebruikte beelden (M: 2,91 – V: 2,59). Het resultaat is dat de metafoorindex van mannen (2,83) hoger is dan die van vrouwen (2,47). Ook bij de beschrijving van persoonlijke verschillen (zie Tabel 2) valt op hoe weinig vrouwen hoog scoren wat hun metafoorgebruik betreft.

3.4. *Resultaten metaforen en politicus*

Uit onze data komen grote persoonlijke verschillen in het gebruik van metaforen naar voren tussen politici over de partijgrenzen heen. Politici van extreme partijen blijken zich ook hier weer te onderscheiden van politici van andere partijen. De data ondersteunen hierdoor de conclusie uit politiek-psychologisch onderzoek over verschillen in taalgebruik naar gelang van de persoonlijkheid en de ideologie van de politicus.

Tabel 2 geeft een overzicht van het metafoorgebruik van de politici waarvan we meer dan 1500 woorden hebben onderzocht. Opmerkelijk is dat de Vlaams Belang-kopstukken De Winter en Verstrepen persoonlijk veel hoger scoren dan alle andere politici. Het is spijtig dat we geen andere Vlaams Belang-politici terugvinden in de interviews om op zoek te gaan naar variatie binnen de partij. Pieter De Crem voert de grote groep niet-Vlaams Belang-politici aan. In de interviews lezen we dat zijn partijgenoten hem beschouwen als een van de beste communicatoren van de partij, maar opvallend hoog in deze lijst is ook de score van Jo Vandeurzen. Er blijkt veel variatie te zijn binnen CD&V. Yves Leterme scoort zeer laag; wanneer hij aan het woord is worden er erg weinig metaforen gebruikt. Veel variatie vinden we ook terug bij de sp.a: Monica De Coninck, overigens de hoogst scorende vrouw, scoort veel hoger dan haar Antwerpse collega Kathy Lindekens.

TABEL 2. **Overzicht van de metafoorindexen per politicus (minimum 1500 woorden) (Vlaamse kranten- en tijdschrifteninterviews met politici tijdens de eerste drie maanden van 2005).**

De Winter Filip	16,84	De Gucht Karel	3,59	Landuyt Renaat	2,17
Verstrepren Jurgen	9,98	Van den Bossche Freya	3,57	Van Weert Els	2,02
De Crem Pieter	5,50	Somers Bart	3,54	Vogels Mieke	2,00
Vandeurzen Jo	5,41	Van Miert Karel	3,54	Tobback Bruno	1,86
Stassen Jos	5,31	Reynders Didier	3,36	Anciaux Koen	1,85
De Wever Bart	5,16	Eyskens Marc	3,20	Boutmans Eddy	1,71
Van Den Brande Luc	5,08	Dedecker Jean-Marie	3,11	Stevaert Steve	1,61
Cavdarli Cemal	4,93	Anciaux Bert	3,10	De Clercq Willy	1,51
Schuermans Herman	4,82	Vande Lanotte Johan	2,61	Lindekens Kathy	1,43
Van Rompuy Eric	4,08	Pehlivan Fatma	2,51	Dewael Patrick	1,38
Flahaut André	4,03	Van Rompuy Herman	2,46	Leterme Yves	1,36
De Coninck Monica	3,97	Claes Willy	2,39	Van Brempt Kathleen	1,18
Vandenbroucke Frank	3,93	Vervotte Inge	2,30	Van Campenhout Ludo	0,71
Tobback Louis	3,90	Sterckx Dirk	2,23	Dupont Christian	0,49
Moerman Fientje	3,87	Janssens Patrick	2,22	De Decker Armand	0,42
Vankrunkelsven Patrick	3,82	Hermans Margriet	2,21	Happart José	0,11
Coveliers Hugo	3,71	De Vits Mia	2,20	Thielemans Freddy	0,05

3.5. *Conclusie*

De resultaten van de inhoudsanalyse ondersteunen de eerdere vaststellingen over de drie elementen in de retorische situatie, namelijk ideologie, gender en persoonlijkheid. Maar wat kunnen we hier nu uit afleiden?

De stijl van de politieke retoriek die mensen uiteindelijk bereikt, vertoont grote verschillen tussen de partijen maar ook tussen individuen binnen partijen en tus-

sen mannen en vrouwen. De stijlverschillen zitten voor het grootste deel tussen de extremen en het centrum van het politieke landschap. Dit duidt voor een stuk op polarisering in het politieke landschap maar lijkt anderzijds aan te geven dat these en antithese nog steeds bestaan. De ene partij gebruikt een andere stijl dan de andere partij. De soundbitecultuur heeft er niet voor gezorgd dat de stijl gehomogeniseerd is. In het politieke centrum lijkt het probleem groter, omdat de verschillen tussen de partijen daar veel kleiner zijn. sp.a, CD&V en VLD lijken elkaar wat stijl betreft wat voor de voeten te lopen. Binnen deze partijen bestaat er echter veel ‘persoonlijke’ variatie die wellicht ook de links- rechtstegenstelling binnen deze partijen weerspiegelt. Vrouwen zijn in het politieke (media) discours in Vlaanderen nog altijd weinig zichtbaar. De aanwezige politieke vrouwen proberen zich ook niet met hun metafoorgebruik in de kijker te werken.

4. Case 2. Politici aan het woord

We confronteren in deze case de politici met hun eigen resultaten (en met die van hun collega’s) uit onze metaforenanalyse van hun taalgebruik in Vlaamse kranten en tijdschriften. Er werd aan de Vlaamse politici gevraagd om te reflecteren over hun eigen taalstijl en over het belang van taal en stijl in de hedendaagse politiek. Het onderwerp is informatief en voor de politici weinig bedreigend, wat de kans op sociaalwenselijke antwoorden geringer maakt.

In het voorjaar van 2006 werden diepte-interviews gehouden met veertien Vlaamse nationale toppolitici: Marino Keulen en Patrik Vankrunkelsven (VLD), Pieter De Crem, Jo Vandeurzen en Jos Ansoms (CD&V), Kathleen Van Brempt, Steve Stevaert, Patrick Janssens en Renaat Landuyt (sp.a), Geert Lambert (Spirit), Geert Bourgeois en Bart De Wever (NV-A), Hugo Coveliers (Vlott) en Filip De Winter (VB). De samenstelling van deze groep lijkt op het eerste gezicht willekeurig, maar zij komt onder meer voort uit de bevindingen weergegeven in Tabel 2 van *Case 1*, waarbij politici gerangschikt worden volgens de sterke van hun metafoorgebruik. Op die lijst staan meer dan veertig namen, maar niet iedereen bleek bereid aan het onderzoek mee te werken. De geïnterviewde groep is echter heterogeen genoeg. Daarnaast zijn de interviews interessant omdat het op enkele uitzonderingen na gaat om toppolitici uit de hedendaagse politiek of om politici die (tijdelijk?) de top verlaten hebben. Het belangrijkste nadeel aan de groep is dat er slechts één vrouw in vertegenwoordigd is.

De interviews werden afgenomen door studenten van het door de auteurs van dit artikel begeleide Leeronderzoek “Een lekker recept voor politieke retoriek” (Uni-

versiteit Antwerpen, 2^e & 3^e BAC PSW). Er werd daarbij gebruik gemaakt van een eenvormige van tevoren afgesproken vragenlijst. Hoewel de vragenlijst en de interviews meer uitgebreid zijn, concentreren we ons in deze paper op drie vragen. Ten eerste willen we van de politici weten of vorm en stijl echt zo belangrijk geworden zijn. De vraag wordt ook gesteld wat zij het belangrijkste vinden: de inhoud of de stijl. Hoe ervaren zij de soundbitecultuur? Ten tweede komt aan bod waar hun concrete taalstijl vandaan komt en waardoor die wordt beïnvloedt. Het eerste deel van deze vraag impliceert dat politici zich eerst min of meer een beeld moeten vormen van de eigen stijl, wat uiteraard ook interessant is. Het tweede deel van de vraag verwijst naar de gepercipieerde invloed van de eerder vastgestelde factoren in de retorische situatie (ideologie, gender en persoonlijkheid). De derde vraag concentreert zich op metaforen. Hoe bewust gaan politici met metaforen om? Welke beelden gebruiken ze en waarom gebruiken ze net die beelden?

4.1. *Politici over stijl*

Ten eerste werden de politici ondervraagd over hoe belangrijk zij de stijl van hun boodschap vinden. Enkele politici gaven een antwoord dat de problematiek van stijl verbreedt tot die van communicatie in de politiek.

Communicatie is volgens de ondervraagde politici erg belangrijk voor de moderne politicus. Sommigen, waaronder sp.a-politicus Steve Stevaert, tonen zich oprecht blij dat de academische wereld nu ook aandacht besteedt aan de politieke communicatie zelf “Communicatie is van ontzettend groot belang. Het stoort me nogal dat men intellectueel dat debat niet gestoffeerd voert, omdat men eigenlijk nogal denigrerend doet over communicatie”. Politiek zonder communicatie bestaat niet omdat politiek voor een groot deel communicatie is. “Ik communiceer, dus ik besta” (Marino Keulen, VLD), is een boutade die niet alleen in de politiek geldt maar eigenlijk in onze hele cultuur. Het belang van communicatie komt voort uit de noodzaak tot overtuigen. Politiek gaat over het overtuigen van mensen van een eigen visie op de samenleving. Het is niet de belangrijkste opdracht van de politieke taal om te informeren maar wel om mensen te overtuigen. Enkel CD&V-politicus Pieter De Crem stelt dat zijn taal erop gericht is zijn standpunten bekend te maken bij het grote publiek, zonder expliciet de nadruk te leggen op de overtuiging.

Binnen de politieke communicatie kunnen we een onderscheid maken tussen inhoud en stijl, hoewel Patrick Janssens (sp.a) er terecht op wijst dat het eigenlijk steeds een samengaan is. Net omdat ze steeds voorkomen, kunnen we ze echter onderscheiden. De vraag die zich opdringt is of de stijl belangrijker is geworden dan de inhoud, of alleszins aan belang heeft gewonnen. Bijna alle politici zijn het

erover eens dat aandacht voor stijl nu erg belangrijk is. Er wordt verwezen naar een cultuur waarin een krachtige impressie nalaten om zo een bepaalde perceptie uit te lokken sterk aan belang wint. Stijl is altijd al belangrijk geweest, maar door allerlei maatschappelijke tendensen komt de stijl nu meer aan de oppervlakte. Vooral de media zijn hiervoor verantwoordelijk. De tijd die politici krijgen om hun standpunten te verduidelijken is alsmaar gekrompen, en politici ervaren dat ook zo. De quote of soundbite, waarin een standpunt in vijftien of zestien seconden moet worden samengevat, beheerst meer en meer de politieke communicatie. Journalisten blijven vaak vragen herhalen tot ze een antwoord krijgen dat past in hun format. Simpele kant-en-klare zinnen die aanspreken en emoties opwekken zijn daarbij een must. Deze tendensen zetten zich niet alleen door in audiovisuele media; ook bij de geschreven pers voelen de politici verandering, weliswaar in mindere mate. Alle politici lijken het erover eens te zijn dat de verpakking nu even belangrijk of belangrijker is geworden dan de eigenlijke boodschap. “De verpakking bepaalt minstens of je het pakje opendoet” (Geert Lambert, Spirit). Op de vraag of een ‘zwakke’ (slecht onderbouwde of zelfs onware) inhoud gecompenseerd kan worden met een ‘sterke’ stijl (iets dat de aandacht trekt en sterke reacties oproept) antwoorden de meeste politici zelfs bevestigend. Sommige politici lijken de gave te bezitten om uit werkelijk niets toch een indruk na te laten (Jo Vandeurzen, CD&V). Andere politici als Patrick Janssens (sp.a) zijn het met deze stelling niet helemaal eens: “Ik denk dat het onmogelijk is om een foute boodschap, die er helemaal naastzit, op een goede manier te brengen zodat ze toch resultaat oplevert. Ik denk dat het omgekeerde zeker wel mogelijk is: je kan een goede boodschap verknoeien door de verkeerde verpakking, en dat is al heel vaak gebeurd”. Het slecht vormgeven aan boodschappen wordt hier als een gemiste kans beschouwd. Ook volgens Jos Ansoms (CD&V) en Marino Keulen (VLD) moet er steeds zo veel mogelijk nagedacht worden over de politieke taal. Alles wat men zegt moet men goed formuleren en men moet bewust met taal bezig zijn. Te veel nadruk leggen op de verpakking houdt echter ook gevaren in en met die gevaren houden veel politici rekening. Overdreven aandacht voor de vorm leidt tot demagogie en goedkoop populisme (Renaat Landuyt, sp.a) of kan iemands geloofwaardigheid vernietigen als anderen later doorgaan op de “lege doos” (Bart De Wever, NV-A en Marino Keulen, VLD). In de politiek kan en zal alles wat je nu zegt of doet later tegen je gebruikt worden. Een harde stijl gebruiken die opvalt en mensen erg aangrijpt kan interessant zijn maar is gevaarlijker dan een meer genuanceerd optreden. Ook maakt een opvallende en zwart-witte stijl het compromis vaak erg moeilijk (Jos Ansoms, CD&V). Volgens Steve Stevaert (sp.a) is het daarom beter te zwijgen of de foute boodschap met een slechte verpakking te omhullen. Alleen “zonnebloemtaal” kan dan nog dienen als het ultieme redmiddel.

De meeste politici passen zich aan de grote aandacht voor stijl aan: ze bereiden hun optreden grondig voor en denken na over hoe ze boodschappen zo krachtig

mogelijk kunnen verwoorden. De opkomst van woordvoerders en vooral communicatieadviseurs heeft hier natuurlijk ook mee te maken. Bijna alle politici zijn al in contact gekomen met communicatieadviseurs en vooral bij de grote partijen lijkt dat contact systematisch. Kleinere partijen wijzen op de te hoge kostprijs. Adviseurs brengen politici communicatietips bij waarmee zij rekening houden (Renaat Landuyt, sp.a en Bart De Wever, NV-A); met adviseurs wordt overlegd hoe een bepaalde inhoud zo goed mogelijk gebracht kan worden (Kathleen Van Brempt, sp.a) en soms worden er oefensessies belegd (Jo Vandeurzen, CD&V). De adviseur is, samengevat, een sparring partner die het volledige vertrouwen geniet van de politicus, die feedback geeft en die ook vooraf soms wat helpt (Patrick Janssens, sp.a). Alle ondervraagde politici relativeren sterk het belang van communicatieadviseurs. Adviseurs moeten zich beperken tot het geven van stijltips die het gemakkelijker moeten maken om de boodschap, die vooraf vaststaat, over te brengen. Vooral politici die menen dat hun stijl niet zo goed aansluit bij de mediastijl menen dat het erg belangrijk is om authenticiteit te bewaren. De manier van communiceren moet passen bij de communicator. Daarnaast blijkt impliciet dat sommige politici vinden dat de stijl bij de inhoud moet passen. Een op rationele argumenten gebaseerde ideologie moet bijvoorbeeld voldoende ratio in de argumentering hebben. Een partij die de ambitie heeft om een partij voor alle mensen te zijn moet er ook voor zorgen dat ze een stijl gebruikt die dat mogelijk maakt. Persoonlijke en ideologische authenticiteit moeten volgens de ondervraagde politici nog steeds zwaarder wegen dan stijlaanwijzingen en volgens hen is dat ook de realiteit.

4.2. *Politici over hun eigen stijl*

De meeste politici zijn in staat de eigen politieke taalstijl te omschrijven. Slechts enkelen vinden geen passende omschrijving. Enkele woorden springen op uit die beschrijvingen: scherp (Pieter De Crem, CD&V), zakelijk (Patrick Janssens, sp.a en Jo Vandeurzen, CD&V), verstaanbaar (Patrik Vankrunkelsven, VLD), genuanceerd correct (Geert Bourgeois, NV-A), direct choquerend (Hugo Coveliers, Vlott), spontaan gesproken (Steve Stevaert, sp.a), onderhoudend en los (Bart De Wever, NV-A), slordig en ironisch (Renaat Landuyt, sp.a), duidelijk en begrijpelijk (Marino Keulen, VLD), eenvoudig en volledig (Jos Ansoms, CD&V). Uit deze antwoorden komt naar voren dat er belangrijke stijlverschillen bestaan tussen de politici. Er zou een rudimentaire indeling kunnen gemaakt worden tussen twee polen, genuanceerd zakelijk en expressief krachtig. Politici met de eerste, zakelijke stijl ervaren hun stijl vaak als minder geschikt voor de hedendaagse media, terwijl politici die neigen naar de tweede, krachtige stijl, deze stijl niet problematiseren. De schijnbaar belangrijke noodzaak tot authenticiteit motiveert ook de eerste groep om hun stijl niet drastisch te wijzigen.

Wanneer gevraagd wordt naar de oorsprong van hun taalstijl, onderstrepen politici opnieuw het belang van authenticiteit. Vooral de inhoud van de genoten opleiding blijkt een sturend criterium voor de eigen taalstijl. Juristen- politici met een zakelijk-neutrale spreekstijl verwijzen stuk voor stuk naar hun opleiding rechten. Zij hebben geleerd om volledig maar soms wat over de hoofden van mensen heen te communiceren. Bijna alle andere academische opleidingen hebben een vergelijkbare impact. Er is anderzijds ook sprake van een groeiproces: het politieke overtuigen kan je tot op zekere hoogte leren.

In wat volgt bekijken we in detail hoe de politieke stijl mede bepaald wordt door de drie elementen uit de retorische situatie – ideologie, gender en persoonlijkheid – uit het eerste luik van het empirische onderzoek.

De eerste factor, ideologie, is in dit tweede luik al indirect aan bod gekomen. Slechts enkele politici geven uitdrukkelijk aan dat ideologie verbonden is met de taalstijl: Steve Stevaert (sp.a) vindt dat hij “ideologisch verplicht is om te communiceren zodat 100% van de bevolking het verstaat” en Geert Bourgeois vindt een verantwoording voor zijn genuanceerde stijl in het feit dat hij “tot een partij behoort waarin de inhoud veel belangrijker is dan de stijl”. Enkele andere politici nemen het woord ideologie niet in de mond maar zien wel een verband tussen de kerninhoud van de partij en de gehanteerde stijl. Issuepartijen (met weinig issues) zouden vaker een krachtiger stijl nodig hebben om hun eigen agenda naar voren te brengen (Jos Ansoms en Pieter De Crem, CD&V). Bart De Wever (NV-A) ziet vooral een oppositie-effect: een harde, krachtige stijl dient om te hameren op de meerderheid. Filip Dewinter (Vlaams Belang) sluit zich hierbij aan. Het is opvallend dat hij het sterkst van alle ondervraagde politici een koppeling tussen ideologie en stijl ontkent: De Winters partij Vlaams Belang behaalde in eerder onderzoek (zie bijvoorbeeld *Case 1*) de hoogste score wat metaforen betreft. Dewinter reageert met “Dat is puur een kwestie van stijl” en “Het lijkt mij dan ook maar normaal dat wij die stijlfiguren het meest gebruiken”.

Een overzicht van de bedenkingen van politici over een mannelijke en een vrouwelijke stijl wordt natuurlijk sterk beperkt door het gebrek aan geïnterviewde vrouwen. Erg spijtig is ook dat dit onderwerp door tijdsgebrek niet kon worden aangesneden bij de enige ondervraagde politica, Kathleen Van Brempt (sp.a). We zijn dus genooddaakt ons te beperken tot de visies van mannen hierop. Vooreerst menen enkele politici dat vrouwen minder de absolute drang voelen om dominant te zijn. Een krachtige stijl wordt hierbij geassocieerd met dominantie. Een ander politicus meent dat vrouwen ook in andere domeinen (academische wereld, zakenwereld) zakelijk en minder levendig spreken dan mannen. Andere mannelijke politici hebben hierover nog niet nagedacht.

Hoe persoonlijkheid de stijl beïnvloedt, kwam hierboven aan bod: de persoonlijkheid geeft volgens de ondervraagde politici aan de stijl de authenticiteit en de herkenbaarheid die noodzakelijk zijn om te overtuigen.

4.3. *Politici over metaforen*

Het laatste onderwerp is het metafoorgebruik. Algemeen wordt het gebruik van metaforen als iets nuttigs beschouwd. Metaforen helpen om moeilijke problemen of ideeën te verduidelijken, wat nuttig is wanneer de tijd die politici krijgen alsmmaar krimpt. Metaforen trekken daarnaast ook de aandacht. Anderzijds is het ook gewoon leuk om hier en daar het politieke taalgebruik te versieren met wat pakkende beelden. Steve Stevaert (sp.a) hecht er het meeste belang aan. Volgens hem maken metaforen het mogelijk om “via het hart naar de hersenen te gaan”. Metaforen zijn bij uitstek geschikt om gewone mensen te overtuigen die je anders, louter met argumenten, zou mislopen. Terwijl andere politici metaforen beschouwen als elementen die vooral rationeel overtuigen, beschouwt Stevaert deze als een hulpmiddel bij emotionele overtuiging.

Sommige politici zeggen dat ze vaak nadenken over pakkende metaforen, waarvan ze weten dat de kans groot is dat media ze zullen oppikken. Anderen zeggen dat ze hiervoor geen tijd hebben, maar frappant is wel dat ze van hun politieke tegenstrevers vermoeden dat die er wel veel tijd aan spenderen. Sommige politici hebben het ook over populaire beelden die ze graag gebruiken. Patrik Vankrunkelsven (VLD) heeft een voorliefde voor voetbalmetaforen. Steve Stevaert (sp.a) zoekt naar kookmetaforen, die hij verkiest omdat hij zelf goed kan koken (authenticiteit) en omdat alle mensen dan duidelijk weten waarover het gaat. Dit is een idee dat we impliciet terugvinden bij alle politici die belang hechten aan metaforen. Enerzijds is het belangrijk dat je beelden gebruikt uit domeinen waar je zelf goed van op de hoogte bent, anderzijds moeten de beelden ook genoeg respons opwekken bij het publiek. Voor Renaat Landuyt (sp.a) vormen onderwerpen die het goed doen in kranten populaire beeldenbronnen “We weten dat kranten gericht zijn op de verkoop. Zij willen dus zo dicht mogelijk bij de mensen zijn. Wat zij benadrukken verkoopt dus goed bij de mensen. Dat proberen we dan ongeveer te volgen”. Pieter De Crem (CD&V) sluit af met een opmerking die weer duidt op het gevaar van het gebruik van een opvallende, beeldrijke stijl. De Crem haalt de anekdote aan van een parlementariër die net een goed betoog heeft gehouden, maar dan afsluit met “we zijn nog niet aan de nieuwe patatjes”. De spreker haalt zo ultiem zijn hele betoog onderuit. Metaforen kunnen belangrijk zijn maar hun gebruik houdt ook gevaar in.

5. Conclusie en discussie

In de Vlaamse politieke mediacultuur is de soundbitestijl (en de extreem-metaforische stijl) niet voor de volle honderd procent van kracht. Dit is de conclusie zowel uit de inhoudsanalyse van politieke interviews in Vlaamse media als uit de eigen interviews met Vlaamse toppolitici over (hun) politieke stijl. De aandacht voor (taal)stijl is in de Vlaamse politiek weliswaar groot maar toch niet allesoverheersend. Binnen de soundbitecultuur voelen politici inderdaad de druk om kort en krachtig te zijn, maar dit verplicht hen er niet toe om de rationele taal volledig achterwege te laten en zich volledig over te geven aan emotionele stijlfiguren. Bij de inhoudsanalyse vinden we in de taalstijl verschillen naar gelang van de ideologie, van het geslacht en van de persoon van de politicus. Die geconstateerde verschillen hangen duidelijk samen met de verklaringen die politici in de interviews gaven. We maakten een rangschikking van metaforische kracht die politici, vrouwen en mannen, en partijen gebruiken in hun betoog.

Overtuigen moet volgens de politici de hoofdbekommernis van de politicus zijn.

Bepaalde ideologieën lijken een voorliefde te hebben voor een bepaalde stijl van overtuigen. Er zijn in essentie twee soorten van overtuigende stijl.

De partijen aan de randen van het politieke spectrum die doorgaans focussen op slechts enkele issues neigen naar een sterk metaforische emotionele stijl, en die trend is het grootst aan de rechterzijde. De extremen binnen het politieke landschap proberen mensen niet te overtuigen van de nood aan verandering door vooral te argumenteren, maar zij proberen eerder emoties op te wekken die de nood aan verandering vergroten. De oppositie moet een krachtiger taal gebruiken dan de partijen in de regering. Theoretisch kunnen we dit verklaren door te verwijzen naar hoe tevreden partijen zijn met het huidige systeem.

In het centrum willen progressieven en conservatieven misschien wel processen versnellen of vertragen, maar het fundamentele systeem willen ze behouden. Het politieke centrum hanteert daarom een minder metaforische en meer zakelijke en argumenterende stijl dan het politieke radicalisme. Aan de extremen wil men het systeem niet behouden en integendeel afbreken. Metaforen zijn bij uitstek geschikt om weer te geven dat men de logica van de huidige situatie wil verbreken (Taran, 1998).

Belangrijk is nu dat er binnen de ideologieën ruimte is voor variatie. Vrouwen lijken als individu en als groep in hun taalgebruik vaker naar het zakelijke over te hellen. Zij gebruiken in de politiek meer rationeel argumenterende taal dan mannen. Hun politieke taal bevat minder beeldspraak en is minder persuasief of 'politiek'. Deze vaststelling uit ons empirisch onderzoek en uit de interviews is in lijn met eerder empirisch en theoretisch onderzoek. De wetenschappelijke literatuur

leert dat de als emotioneel reagerend gestereotypeerde vrouw op deze wijze haar bestaansrecht wil afdwingen in de nog steeds door mannen gedomineerde politiek. Door zich aan een zogezegd mannelijke rationele stijl vast te klampen missen vrouwen overigens waarschijnlijk kansen om zich vaker te bewijzen in de media.

Politiek personaliseert en de politici treden als individu naar voren met een eigen stijl. Op zoek naar authenticiteit vinden we zakelijke en emotionele sprekers binnen alle partijen. In de interviews geven de politici aan dat het, ondanks de druk die ze voelen van de soundbitecultuur, belangrijk is om authentiek te blijven en een eigen, persoonlijke stijl te gebruiken. Dat Belgische politici inderdaad een persoonlijke stijl hanteren, doordat zij bijvoorbeeld op een verschillende manier omgaan met beeldspraak, blijkt ook uit de inhoudsanalyse. Uit deze rangschikking moeten we vooral onthouden dat er heel wat variatie bestaat tussen politici, ook binnen partijen. Theoretisch is die variatie er ook bij Vlaams Belang maar empirisch hebben we die niet kunnen vaststellen. Omdat de aantallen onderzochte woorden niet heel groot zijn, bestaat het gevaar dat slechte coderingen door studenten hier en daar de resultaten vertekenen. In de toekomst zullen deze data daarom vergeleken worden met een codering door expertcodeurs.

We zijn ons ervan bewust dat de interviewgegevens vertekend zijn, omdat zich over het onderwerp uitsluitend mannelijke politici hebben uitgelaten. Misschien kunnen in de toekomst nog enkele bijkomende vrouwelijke politici geïnterviewd worden. Volledige representativiteit is met dit type onderzoek echter steeds onmogelijk. Elk antwoord en elk interview draagt bij tot de kennisverwerving en het inzicht in ons onderzoeksthema. De retorische situatie gaat er vanuit dat er naast deze ideologische, gender en persoonlijke verschillen nog heel wat andere factoren zijn.

Crisissituaties halen het metafoorgemiddelde naar boven, terwijl in kalmere periodes het gemiddelde daalt (De Landtsheer, 2009). Hetzelfde geldt voor het verschil tussen verkiezingstijd en niet-verkiezingstijd. Een voorbeeld van een specifieke (niet-algemene) factor is het aanpassen van de taalstijl aan het publiek waarvoor men spreekt. Een politicus drukt zich krachtiger uit in een speech voor militanten dan bij een debat in een parlamentscommissie. Over één zaak zijn de door ons ondervraagde politici het in elk geval eens: de stijl maakt het verschil.

Noot

1. Met dank aan Dries Adams, Nico De Winter, Britt Dils, Ali Al Farisi, Stefan Geuens, Mounir Hammouti, Frederik Lemmens, Han Reusens, Bart Stevens, Caroline Stevens,

Christophe Van Humbeeck en Kevin Van Roy, studenten van het door de auteurs begeleidde Leeronderzoek 'Een lekker recept voor politieke retoriek'.

Bibliografie

- Altheide, D.L. & Snow, R.P. (1979). *Media Logic*. Beverly Hills, Calif.: Sage Publications.
- Beer, F.A. & De Landtsheer, C. (2004). *Metaphorical World Politics*. East Lansing: Michigan State University Press.
- Bitzer, L. (1968). The Rhetorical Situation. *Philosophy and Rhetoric*, 1 (1), 1-14.
- Blommaert, J. (2003). De retorische wereld van George W. Bush. *Samenleving en Politiek*, 10 (5), 43-53.
- Bolkestein, F. (1998). Wie de vorm beheerst is de inhoud meester: over retórica en politiek. *Onze taal*, 67 (2-3), 56-58.
- Bradford, R. (1997). *Stylistics*. London, New York: Routledge.
- Brants, K. & Van Praag, P. (2006). Signs of Media Logic, Half a Century of Political Communication in the Netherlands. *Javnost, the public*, (1), 25-40.
- Burton, G.O. (2007). *The Forest of Rhetoric – Silva Rhetorica*. <http://rhetoric.byu.edu/>.
- Chilton, P. (2004). *Analysing Political Discourse: Theory and Practice*. London, New York: Routledge.
- Covino, W.A. & Jolliffe, D.A. (1995). *Rhetoric: Concepts, Definitions, Boundaries*. Boston, London, Toronto, Sydney, Tokyo, Singapore: Allyn and Bacon.
- Dahlgren, P. (2001). The Public Sphere and the Net: Structure, Space, and Communication. In W.L. Bennett & R.M. Entman (Eds.), *Mediated Politics: Communications in the Future of Democracy* (pp. 33-55). Cambridge: Cambridge University Press.
- De Landtsheer, C. (1998). Introduction to the Study of Political Discourse. In O. Feldman & C. De Landtsheer (Eds.), *Politically Speaking: A Worldwide Examination of Language Used in the Public Sphere* (pp. 1-18). Westport, Connecticut, London: Praeger.
- De Landtsheer, C. (2004). *Politiek impressiemanagement in Vlaanderen en Nederland*. Leuven, Voorburg: Acco.
- De Landtsheer, C. (2009). Collecting Political Meaning from the Count of Metaphor. In A. Musolf & J. Zinken (Eds.), *Metaphor and Discourses*. London: Routledge.
- Demeester, W. (2002). *Meer these en antithese in het politiek debat*. <http://www.demeester.com/these%20enantithese25-09-11.htm>.
- Druckman, J.N. (2003). The Power of Television Images: The First Kennedy-Nixon Debate Revisited. *The Journal of Politics*, 65 (2), 559-571.
- Elchardus, M. (2002). *De dramademocratie*. Tiel: Lannoo.
- Frankfurt, H.G. (2005). *On Bullshit*. Princeton: Princeton University Press.

- Franklin, B. (2004). *Packaging Politics: Political Communications in Britian's Media Democracy* (2nd Edition). London: Arnold.
- Glucksberg, S. (2001). *Understanding Figurative Language: From Metaphors to Idioms*. New York: Oxford University Press.
- Graber, D.A. (2005). Political Communication Faces the 21st Century. *Journal of Communication*, 55 (3), 479-507.
- Grey, W. (2000). Metaphor and Meaning. *Minerva, An Internet Journal of Philosophy*, 4, <http://www.ul.ie/philos/vol4/index.html>.
- Hague, R. & Harrop, M. (2004). *Comparative Government and Politics, An introduction* (6th Edition). Basingstoke: Palgrave.
- Hariman, R. (1995). *Political Style: The Artistry of Power*. Chicago, London: University of Chicago Press.
- Hart, R.E. (2000). *Campaign Talk: Why Elections Are Good for us*. Princeton, Oxford: Princeton University Press.
- Harvey, O.J., Hunt, D.E. & Schroeder, H.M. (1961). *Conceptual Systems and Personality Organization*. New York: Wiley.
- Herrick, J.A. (2001). *The History and Theory of Rhetoric, An Introduction* (2nd Edition). Boston, London, Toronto, Sydney, Tokyo, Singapore: Allyn and Bacon.
- Immelman, A. (2002). The Political Personality of U.S. President George W. Bush. In L.O. Valenty & O. Feldman (Eds.), *Political Leadership for the New Century: Personality and Behaviors among American Leaders* (pp. 81-103). Westport, Conn.: Praeger.
- Kaid, L.L. (1981). Political Advertizing. In D.D. Nimmo & K.R. Sanders (Eds.), *Handbook of Political Communication* (pp. 249-271). Beverly Hills, London: Sage Publications.
- Kittay, E.F. (1987). *Metaphor, Its Cognitive Force and Linguistic Structure*. Oxford: Clarendon Press.
- Lakoff, G. & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago: University of Chicago Press.
- Meyer, T. & Hinchman, L. (2002). *Media Democracy: How the Media Colonize Politics*. Cambridge: Polity.
- Mayhead, M.A. & Marshall, B.D. (2005). *Women's Political Discourse: A 21st-Century Perspective*. New York: Rowman & Littlefield Publishers.
- Opfer, J. & Anderson, P. (1992). *Explaining the Soundbite: A Test of a Theory of Metaphor and Assonance*. Paper presented at the Western Speech Communication Association Convention in Boise, Idaho.
- Orwell, G. (1950). *Shooting an Elephant and other Essays*. London: Secker and Warburg.
- Scheuer, J. *The Sound Bite Society: Television and the American Mind*. New York, London: Four Walls Eight Windows.
- Steen, G. (2002). Metaphor Identification, A Cognitive Approach. *Style*, 36, (3), 386-407.

- Street, J. (1977). *Mass Media, Politics and Democracy*. Basingstoke: Palgrave.
- Suedfeld, P. & Tetlock, P. (1977). Integrative Complexity of Communications in International Crises. *Journal of Conflict Resolution*, 21, 169-184.
- Taran, S. (2000). Mythical Thinking, Aristotelian Logic, and Metaphors in the Parliament of Ukraine. In C. De Landtsheer & O. Feldman (Eds.), *Beyond Public Speech and Symbols. Explorations in the Rhetoric of Politicians and the Media* (pp. 120-43). Westport, Connecticut: Praeger.
- Van Aelst, P. (2006). *Toeschouwer, speler of scheidsrechter? Een empirische studie over de rol van de media in de verkiezingscampagne van 2003*. Antwerpen: Universiteit Antwerpen.
- Wodak, R. & De Cillia, R. (2005). Politics and Language: Overview. In K. Brown (Ed.), *Encyclopedia of Language and Linguistics* (pp. 707-719). London: Elsevier.