

• Voorlichting bij McDonald's

Een pragmatische tekstanalyse van een McDonald's folder

Harrie Mazeland

Samenvatting

Dit artikel is in de eerste plaats een tekstkritische analyse van een McDonald's folder¹. Met name de wijze waarop in dit specifieke geval voorlichting en reclame samengaan, vormt het object van analyse. Een centrale strategie blijkt het gebruik van *maar-ook-schakelingen* te zijn, - een techniek die een thematische brug slaat tussen thematisch niet bij voorbaat samenhangende inhoud. In de tweede plaats is de analyse bedoeld als een illustratie van de wijze waarop het tekstanalytische model van Pander Maat 1994 (*Tekstanalyse. Een pragmatische benadering*) gebruikt zou kunnen worden voor een meer toegepaste analyse van langere teksten.

1 Inleiding

Als McDonald's aan voorlichting over gezonde voeding gaat doen, kun je je wenkbrouwen fronsen en je afvragen wat voor spelletje daar nu weer gespeeld wordt. Maar eigenlijk veel interessanter, zeker voor een tekstwetenschapper, is de vraag hoe McDonald's dat doet. De beantwoording van die vraag is het doel van deze tekst. Hij bevat een pragmatische tekstanalyse van enkele aspecten van de McDonald's folder *Je weet wat je eet bij McDonald's*. De analyse is bedoeld als een voorbeeld hoe het instrumentarium dat voorgesteld wordt in het boek *Tekstanalyse. Een pragmatische benadering* van Henk Pander Maat, gebruikt zou kunnen worden voor de analyse van grotere tekstdelen. In *Tekstanalyse* valt de nadruk op de analyse van lokale relaties tussen opeenvolgende zinnen. Ondanks dat de methode het hele scala van lokale tot en met globale analyseniveaus omvat, wordt de toepassing ervan niet gedemonstreerd op teksten die de omvang van enkele alinea's overstijgen. Daarom leek het interessant om de bruikbaarheid van het model op meer omvattende teksten te testen.

Tekstanalyse is bij mijn weten het eerste nederlandstalige boek dat een didactisch georiënteerde synthese aanbiedt van meer recente resultaten uit de tekstwetenschap. Het boek is een creatieve, eigenzinnige, alomvattende en eklektische combinatie van - meer anglosaksische - theorievorming over coherentie-relaties met meer handelingslogisch georiënteerde theorieën van vooral Germaanse oorsprong, - aangevuld met functionele linguïstiek en pragmatiek.

Hoewel theoretisch zeer degelijk gefundeerd - wat met name te zien is in het uitgebreide notenapparaat - is de oriëntatie primair praktisch-didactisch. De pretentie is toch vooral een methode aan te bieden om teksten te kunnen analyseren. Ondanks dat men er theoretisch veel van kan leren - vooral hoe in teksten cohe-

rentie en structuur tot stand gebracht wordt -, is de doelstelling uiteindelijk meer toegepast: de pragmatische analyse van teksten zou moeten kunnen fungeren als een hulpmiddel bij de produktie en beoordeling van teksten.

In dit artikel wil ik een voorbeeld geven van een ander soort toepassing: het gebruik van een pragmatische tekstanalyse voor het beantwoorden van een meer tekstkritische vraagstelling.²

De folder *Je weet wat je eet bij McDonald's* maakte in het begin van de jaren negentig deel uit van een campagne waarmee McDonald's probeerde haar - in sommige kringen niet al te positief geëvalueerde - *fast-food*-image op te vijzelen. De manier waarop dat in deze folder gedaan wordt, leek me vooral interessant omdat die twee genres verenigt. Aan de ene kant gaat het om een voorlichtingstekst doordat er 'objectieve' informatie over verantwoorde voeding gegeven wordt (o.a. met behulp van de Maaltijdschijf van het Voorlichtingsbureau voor Voeding). Op dat niveau realiseert de tekst een meer *informatieve* teksthandeling. Aan de andere kant gaat het ook om een reclamefolder. Er wordt tevens een *persuasieve* teksthandeling gerealiseerd doordat de folder een link probeert te leggen tussen verantwoorde voeding en McDonald's. Hoe de schrijver het klaarspeelt die tweesporigheid geloofwaardig te maken, zal mijn voornaamste aandacht krijgen. Toepassing van het Pander Maatse gereedschap is dus niet mijn eerste doel. Ik gebruik het voorzover het behulpzaam is bij het oplossen van het probleem hoe de tekstschrijver in deze folder het kunststukje van de associatie van McDonald's met verantwoorde voeding tot stand brengt. Via een analyse van de thematische en de handelingsstructuur zal ik proberen te bepalen hoe de tekstschrijver dat doet.

De opbouw is als volgt: in § 2 kijk ik hoe in de eerste, inleidende sectie van de folder de link gelegd wordt tussen McDonald's en gezonde voeding, en in § 3 doe ik hetzelfde voor sectie V. In § 4 maak ik nog een paar opmerkingen over de rest van de folder, - met name sectie VI. In § 5 vat ik enkele resultaten samen en probeer tevens aan te geven wat ik daarvoor aan Pander Maats *Tekstanalyse* gehad heb.

2 JE WEET WAT JE EET BIJ McDONALD'S

De folder³ is in een aantal secties ingedeeld die elk een eigen kop hebben (de nummering is van mij, hm):

- I. je weet wat je eet bij McDonald's
- II. spelregels voor goed eten
- III. niet ingewikkeld
- IV. voedingsstoffen in voedingsmiddelen
- V. speelruimte
- VI. kiezen bij McDonald's
- VII. kwaliteit
- VIII. leuk om te weten
- IX. tabel (met voedingswaarden van McDonald's gerechten)

Ik zal me tot de analyse van enkele paragrafen beperken, - namelijk de secties I, V en VI. Die delen zijn volgens mij centraal omdat daarin steeds de overgang gemaakt

wordt van voedingsvoorlichting naar McDonald's. Hieronder volgt de tekst van de eerste sectie. Om de tekst in analytisch hanteerbare eenheden op te delen, segmenteer en nummer ik die eerst. Het eerste nummer verwijst naar de positie van de alinea in de betreffende paragraaf; het daaropvolgende nummer is het rangnummer van de zin in die alinea. In de bespreking zal steeds naar uitingen verwezen worden door het nummer te noemen van het betreffende segment:

Sectie I:

JE WEET WAT JE EET BIJ MCDONALD'S.

(1.1) Alles wat je eet en drinkt, draagt voedingsstoffen aan. (1.2) Ze maken dat de miljarden cellen waaruit ons lichaam is opgebouwd zich kunnen herstellen en dat er nieuwe cellen worden aangemaakt.

(2.1) Kiezen voor een goede voeding betekent dat je eraan meewerkt, dat alles in je lichaam zo goed mogelijk verloopt. (2.2) Hoe beter de kwaliteit van de voeding, hoe meer kans op gezondheid, energie en weerstand.

(3.1) Alle voedingsstoffen hebben hun eigen taak. (3.2) Koolhydraten en vetten leveren vooral de energie, nodig voor alles wat je doet en voor alles wat er in je lichaam gebeurt.

(3.3) Voor opbouw en herstel zijn eiwitten nodig en mineralen, zoals ijzer en kalk.

(4.1) Voor het goede verloop van alles in je lichaam zorgen mineralen en vitamines. (4.2) Elk voedingsmiddel bestaat uit een combinatie van voedingsstoffen; (4.3) niet één voedingsmiddel levert ze allemaal tegelijk. (4.4) Of je voeding goed is, hangt af van alle voedingsmiddelen samen.

(5.1) Maar aandacht schenken aan een goede voeding is meer. (5.2) Het betekent ook genieten van het eten, genieten van de smaak en van het fraaie uiterlijk.

(6.1) Ook bij McDonald's weten we dat. (6.2) Het eten dat we serveren moet van uitstekende kwaliteit zijn, lekker zijn er goed uitzien en in een prettige omgeving worden opgegeten.

2.1 De thematische structuur van sectie I

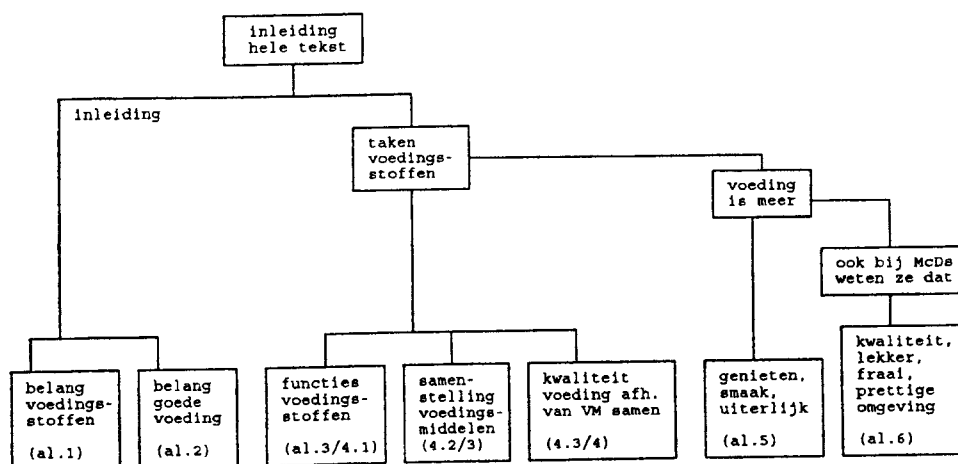
Omdat het voor mijn vraagstelling nodig is om greep te krijgen en te houden op de inhoud van de tekst, heb ik steeds eerst een - tamelijk intuïtieve - analyse van de thematische structuur met behulp van topic-schema's gemaakt (vgl. Flower 1989). Het maken van een topic-schema heeft enige gelijkenis met wat Pander Maat *globaal analyseren* noemt (zie § 10.2 van *Tekstanalyse*). Er wordt afgezien van de handelingsmatige structuur van de tekst en gekeken welke topics in wat voor verhouding ten opzichte van elkaar aan de orde komen. De mate van gedetailleerdheid varieert afhankelijk van het soort vraagstelling dat beantwoord moet worden en het niveau waarop die vraagstelling betrekking heeft (vgl. Brown & Yule 1983). De analyse-eenheid is dus niet per se - zoals bij Pander Maats 'globaal analyseren' - de alinea: het kan gedetailleerder, maar evengoed ook nog (veel) globaler.⁴

Het maken van een topic-schema's vooronderstelt ook niet dat er al uitspraken gedaan worden over de wijze waarop de tekst globaal gestructureerd is. Pander Maat maakt op dat niveau onderscheid tussen *thematisch gecentreerde teksten* - waarin verschillende aspecten van een thema behandeld worden zonder dat daarin een handelingsmatige hiërarchie te onderkennen is - en teksten die gestructureerd zijn rond een *hoofdhandeling* (vgl. hoofdstuk 8 van Pander Maat 1994). De vraag naar het wel of niet rond een hoofdhandeling georganiseerd zijn van een bepaald tekstdeel, is bij

het maken van een topic-schema even niet relevant. Dat is overigens ook een nadeel van een topic-schema: je maakt de thematische ontwikkeling los van de handelingsstructuren waarmee ze verweven zijn. Aan de andere kant wordt in Pander Maats benadering - zeker in teksten met een 'hoofdhandeling' - zozeer geabstraheerd van de thematische ontwikkeling en samenhang, dat die eigenlijk uit het zicht raakt.

De thematische structuur van sectie I zou grofweg ongeveer als volgt met een topic-schema weergegeven kunnen worden:

Figuur 1
Topic-schema sectie I: je weet wat je eet bij McDonald's



Uit de manier waarop sectie I thematisch opgebouwd is, kan al iets afgeleid worden over de presentatietechniek in in deze folder:

(i) de stap van voorlichting over voeding naar McDonald's wordt niet in een keer gemaakt, maar via een soort 'thematische brug': er wordt eerst een ander aspect van 'goede voeding' gethematiseerd, - zeg maar, de 'estetische aspecten' van (genieten van) eten.

(ii) Pas via die brug belanden we vervolgens bij McDonald's. Het is nog onduidelijk of de associatie van goede voeding met McDonald's in de ogen van de schrijver nu echt zo'n brug nodig heeft, of dat zij naast de gezondheidsaspecten ook nadrukkelijk het genots- en gezelligheidsaspect onder de aandacht van de lezer wil brengen. Maar ik gok er op dat de schrijver niet zonder meer meteen de koppeling van verantwoorde voeding met McDonald's heeft durven maken. Misschien is het niet eens 'durven', eerder (nog) niet willen, om McDonald's zo niet al te zeer in de sfeer van *gezond / verantwoord = niet-lekker* te trekken.

Duidelijk is in ieder geval dat McDonald's als het ware aan de voorlichting over goede voeding wordt vastgeknoopt. Die koppeling vindt pas aan het einde van de paragraaf plaats en ook slechts indirect, via genoemd tussenstapje. Deze koppelingsstrategie - die ik onder andere door de analyse van de coherentie-relaties precieser zal beschrijven (zie de volgende subparagraaf) - is in de notedop van deze sec-

tie al een soort afspiegeling van het constructie-principe van de hele tekst (in die zin is het een 'goede' inleiding omdat er een indruk wordt gegeven van inhoud en redeneerwijze): sectie II t/m IV geven vooral voorlichting over gezonde voeding en via sectie V gaat het dan in VI t/m VIII over McDonald's. Sectie V (*Speelruimte*) vervult ook weer een brugfunctie, maar nu op een globaler tekstniveau. Het esthetische aspect wordt daar als 'extraatje' geformuleerd en maakt zo de weg vrij voor gezonde milkshakes met mayonaise. Dus ook in sectie V wordt de overgang van 'gezonde voeding' naar McDonald's via een zowel inhoudelijk, als procedureel vergelijkbare tussenstap gemaakt.

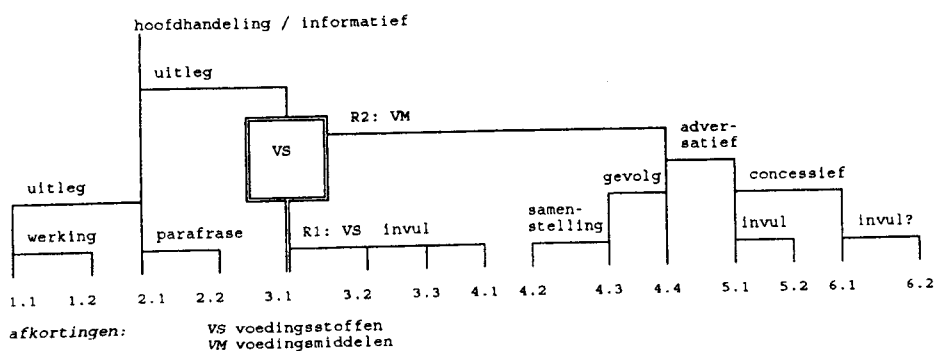
Merk overigens op dat zowel het genotsaspect, als de McDonald's-concretisering daarvan nog geen vervolg krijgen in het begin van de volgende paragraaf (sectie II, *Spelregels voor goed eten*). In sectie II wordt op basis van de Maaltijdschijf een aantal vuistregels voor gezonde voeding opgesomd (zoals: *Gebruik veel plantaardige producten ...*, *Wees matig met vet ...*). Op de referent McDonald's wordt pas expliciet weer teruggekomen in sectie VI, hoewel die terugkeer al in sectie V voorbereid wordt doordat daar het genotsaspect weer in zicht komt via een opsomming van een aantal typische McDonald's producten. Een analyse van de referentiële structuur van de hele tekst, zoals in hoofdstuk 3 van Pander Maat 1994 voorgesteld wordt, had die observatie op een degelijkere en meer inzichtelijke manier kunnen onderbouwen.

Wat betreft het thema *McDonald's* is er tussen de secties I en II dus geen 'referentiële continuïteit'. Het McDonald's-stukje is zo gezien nog niet meer dan een soort *aside* - wat malicieuzer zou je van een *koekoeksei* kunnen spreken - dat thematisch gezien een breuk vormt met de rest van de inhoud van de secties I t/m IV.

2.2 De handelingstructuur van sectie I

De coherentierelaties in sectie I heb ik op het niveau van de *handelingstructuur* als volgt op Pander Maatse wijze⁵ 'tekstvolgend'⁶ proberen te analyseren:

Figuur 2
Handelingsstructuur sectie I: je weet wat je eet bij McDonald's



De analyse van de handelingstructuur maakt onder andere het volgende duidelijk:
(i) De romp van sectie I - zeker tot aan alinea 5 - is informatief, instructief en uitleggerig.

(ii) Afgezien van de kop, wordt er niet echt begonnen met een afzonderlijke 'interactieve ondersteuning' (bijvoorbeeld een inleiding waarin de lezer een oriëntatiehulp wordt gegeven door iets over de inhoud of opbouw aan te kondigen). In plaats daarvan begint de schrijver meteen met een meer algemene, technische stelling over het verband tussen voedingsstoffen en lichaamscellen. Doordat die stelling zo algemeen is, fungeert ze toch wel enigszins als samenvattende thema-aanduiding, - in ieder geval wat betreft de informatieve (voorlichtings-) kant van de folder (goede voeding).

Mogelijk is het weglaten van een expliciete inhoudelijke oriëntatie niet toevallig. Wanneer de schrijver begonnen was met zoiets als 'in deze brochure willen we u ervan overtuigen dat u zich ook bij McDonald's verantwoord kunt voeden', dan zou een lezer die daar niet zo van overtuigd is, de folder waarschijnlijk al meteen terzijde leggen. De werkwijze om in het begin alleen de voorlichtende component te thematiseren, laat al meteen zien dat het verband van McDonald's met verantwoorde voeding niet direct, maar meer indirect - of tersluiks? - gelegd zal worden.

(iii) De thematische brug in alinea 5 wordt *adversatief* gerelateerd aan de voorafgaande tekst (de lezer moet niet 'verwachten' dat je het met de voorafgaande informatie over 'goede voeding' al gehad hebt). De tegengesproken verwachting betreft de stelling dat goede voeding meer is dan alleen letten op een verantwoorde samenstelling: naast de meer 'objectieve' bio-fysische informatie uit de alinea's 3-4, worden nu de meer 'subjectieve' / 'psychologische' aspecten van het eetgenot benadrukt.

De adversatieve relatie die hier gelegd wordt, betreft geen weerlegging van verwachtingen die inhoudelijk gebaseerd zijn op de tot nu behandelde stof. Het gaat eerder om het tegenspreken van een verwachting op het niveau van de thematische organisatie van de tekst: met de bio-fysische informatie is nog niet alle relevante informatie aan de orde gesteld, er zijn nog *meer* aspecten van het thema relevant. Men zou het karakter van de adversatieve relatie dus verder kunnen specificeren als *thematisch-adderend adversatief*.

(iv) In tegenstelling tot de tekststructuur van het meer 'objectieve' deel wordt de meer 'subjectieve' informatie in alinea 5 niet verder uitgelegd of onderbouwd, maar enkel als onproblematische stelling geponeerd. Kennelijk behoeft enkel de precieze invulling van die stelling nog maar verdere specificering (5.2).

Uit dat niet verder onderbouwen van deze bewering zou men kunnen afleiden dat de schrijver hier meer uitgangspunten gemeenschappelijk met de lezer vooronderstelt dan het geval was bij het thema 'voeding/gezondheid'. Er is dus niet alleen een thematische brug nodig om de overgang van goede voeding naar McDonald's te maken, maar die brug zelf heeft ook bepaalde, misschien niet toevallige karakteristieken: het betreffende tekstdeel is geschikt om de link te leggen met McDonald's omdat de erin geformuleerde stelling als een soort 'pragmatische presuppositie' wordt gepresenteerd, - de aanname dat de lezer de kennis of attitudes waar het hier om gaat, met de schrijver deelt.

(v) De wijze waarop in alinea 6 de stap naar McDonald's gemaakt wordt, kun je binnen het Pander Maatse model het beste als *concessief*⁷ karakteriseren: 'Ook bij McDonald's weten ze dat' zou in een vraag/antwoord-analyse als antwoord op de vraag 'Weten ze dat bij McDonald's ook?' gelezen kunnen worden. Ook voegt McDonald's toe aan de klasse van instanties die al die verstandige én genotwaardige dingen die zojuist over voeding gezegd zijn, weet (en in praktijk brengt). Die toevoeging wordt - niet toevallig waarschijnlijk - gepresenteerd als een verwachting die

bevestigd kan worden, en juist niet als iets wat de lezer eigenlijk niet of anders zou verwachten (dan zou het eerder om een *adversatieve* relatie gaan).

Interessant aan deze manier van koppelen is de volgorde *adversatief / concessief*. Pander Maat stelt dat de omgekeerde volgorde vaak voorkomt, - met name in teksten waarin een stelling wordt aangevallen ('*dat is soms ook wel zo, maar ...*'; Pander Maat 1994, p.107-8). Misschien is de volgorde hier typisch voor teksten waarin het er juist om gaat een niet vanzelfsprekende stelling naar voren te brengen. Door een concessief segment te laten volgen op en in te bedden in een thematisch-adderend *adversatief* gerelateerd tekstdeel (zie iii), kan in het concessieve geïntroduceerde tekstdeel de thematisch relevantie van nog een ander - thematisch bezien eerder marginaal - aspect aan het thema toegevoegd worden.

Je zou de manier waarop McDonald's geassocieerd wordt met verantwoorde voeding dus een soort *maar-ook-schakeling* kunnen noemen. Een niet vanzelfsprekend aspect van het thema wordt thematisch relevant gemaakt door dat aan het thema te koppelen via een brug die samengesteld is uit een opeenvolging van een thematisch-adderend *adversatief*-segment en een thematisch-adderend concessief-segment.

(vi) De *maar-ook-schakeling* lijkt zelfs te kunnen werken wanneer de compatibiliteit van de zo met elkaar geassocieerde inhouden juist niet vanzelfsprekend is (juist niet iets is dat de schrijver - gevoelig of plompverloren - kan behandelen als een de lezer toeschrijfbaar verwachting die gelukkig bevestigd kan worden). Op het thematische niveau is het namelijk opmerkelijk dat zowel via het *adversatieve* segment, als door middel van de concessieve relatie een topic-verschuiving (*topic-shift*) tot stand wordt gebracht (*adversatief*: van de gezondheidsaspecten van verantwoorde voeding naar het genotsaspect van goede voeding; *concessief*: van het genotsaspect naar McDonald's en goede voeding). Die twee stapsgewijze topic-verschuivingen realiseren samen niet echt een totale topic-verandering (*topic-change*; vgl. Maynard 1980 of Jefferson 1984), - het thematisch kader betreft nog steeds voeding en de kwaliteit daarvan. Het resultaat van die verschuivingen is alleen dat McDonald's soepeltjes in dat thematische kader ingevoegd kan worden.

Die topic-verschuiving gaat echter wel gepaard met een vrij radicale *perspectiefwijziging*: er wordt nu naar voedingskwaliteiten gekeken vanuit het perspectief van de - tot hier toe latent gebleven en nu opeens weer geactiveerde - referent *McDonald's*. Het plotselinge gebruik van *we* in de rol van het grammaticale subject illustreert die perspectiefwijziging duidelijk (6.1 en 6.2). Mogelijk is de *adversatief/concessief*-volgorde - de *maar-ook-schakeling* dus - juist geschikt voor het meer aannemelijk maken van zo'n perspectiefwijziging. Je spreekt eerst in alle redelijkheid een mogelijke implicatie van het voorafgaande tegen en bedt daar vervolgens een wel bevestigbare verwachting in in. In plaats van McDonald's er bij de haren bij te moeten slepen, wordt de switch naar het schrijversperspectief en een eerder marginaal aspect van het thema tot iets heel vanzelfsprekends en lokaal relevant gemaakt. Via de *maar-ook-schakeling* kan zo gebruik gemaakt worden van de sfeer van zowel inhoudelijke als thematisch-organisatorische redelijkheid die met de *adversatief*-relatie gecreëerd is.

(vii) Het vraagteken in figuur 1 bij de karakterisering van de relatie tussen 6.1 en 6.2 als een *invul*-relatie (een uiting specificceert de voorafgaande) markeert de ambigue verhouding tussen die twee uitingen. Ik heb voor een karakterisering als 'invul'-relatie gekozen omdat 6.2 zonder al te veel problemen gelezen kan worden als een specificering van *dat* in *Ook bij McDonald's weten we dat*. Maar je zou de rela-

tie tussen 6.1 en 6.2 ook als een *uitleg*- of zelfs als een *redeneer*-relatie⁸ kunnen zien. Die ambiguïteit is hier functioneel en mogelijk niet toevallig: bij invul- en uitleg-relaties wordt de betreffende informatie als een vaststaand feit behandeld (het gaat er vooral om een *begripsprobleem* van de lezer op te lossen); bij een redeneer-relatie wordt geprobeerd twijfel aan een stellingname weg te nemen. Door de McDonald's-informatie in de slagschaduw van de voorafgaande uitleg over verantwoorde voeding te zetten, is de kans groter dat het lijkt alsof er hier ook enkel onbetwistbare kennis toegelicht of uitgelegd wordt, dan dat er nog echt beargumenteerd of overtuigd zou moeten worden.

Overigens maakt ook het gebruik van het modale hulpwerkwoord *moet* (... *moet van goede kwaliteit zijn* ...) een interpretatie als argument mogelijk minder aannemelijk. *Moeten* lijkt hier 'descriptief' gebruikt te worden - er wordt verteld dat McDonald's die eisen stelt -, en niet 'norm-stellend' (als in '*jij moet naar de kapper*'). Er worden kwaliteitscriteria beschreven en die worden als een feit gepresenteerd. En dat maakt een interpretatie als uitleg- of invul-relatie mijns inziens plausibeler.

(viii) De oriënterende kwaliteit van de kop van deze sectie *Je weet wat je eet bij McDonald's* kan op basis van het voorafgaande toch op zijn minst als enigszins inadequaaf worden beoordeeld. In deze paragraaf wordt helemaal niet verteld hoe je weet of kunt weten wat je eet bij McDonald's. Het gaat alleen over goede voeding en eetgenot en dat ze *dát* ook weten bij McDonald's. In die zin wordt in de kop iets bevestigd wat dit deel van de tekst (nog?) niet waar maakt.

Het pronomens *dat* in de eerste zin van alinea 6 (*Ook bij McDonald's weten we dat*) lijkt in eerste instantie alleen naar het brugthema in alinea 5 te verwijzen. Bij McDonald's zouden ze dat ook weten, - 'dat goede voeding ook met ervan genieten te maken heeft'. Maar door in de daaropvolgende lijst meteen als eerste item over 'kwaliteit' te spreken, wordt op zijn minst gesuggereerd dat dit *dat* ook terugslaat op al datgene wat daarvoor over 'goede voeding' gezegd is. In Pander Maatse termen zou je hier misschien over een 'dwarsverband' kunnen spreken⁹. Maar dan wel een tactisch heel slim verband: de vage en ruime verwijzingscapaciteit van *dat* wordt gebruikt om McDonald's te associëren met zowel verantwoorde, als genietbare voeding. Dit soort dingen zou allemaal bij een systematische analyse van de referentiële structuur gedetailleerder uitgewerkt kunnen worden.

Het belangrijkste resultaat van de thematische en handelingsmatige analyse van sectie I vind ik het gebruik van een *maar-ook-schakeling* waarmee de thematische koppeling tussen goede voeding en McDonald's tekstueel coherent gemaakt wordt. Door de adversatief/concessieve vormgeving van die koppeling kan McDonald's zich tot lid maken van de populatie van verantwoorde-voeding-leveranciers via een stapsgewijs gerealiseerde topic-verschuiving en een subtiele, maar radicale wijziging van perspectief.

Bovendien is ook niet oninteressant hoe informatie die eigenlijk eerder een persuasieve status heeft (McDonald's levert ook goede en verantwoorde voeding), hier onder de slagschaduw van een uitleg over voedingsstoffen een meer informatief en uitleg-achtig karakter krijgt.

3 De thematische en handelingsstructuur van sectie V: *SPEELRUIMTE*

In de secties II t/m IV wordt enkel voorlichtingsinformatie over verantwoorde voeding gegeven. Pas in sectie V wordt weer een koppeling met McDonald's tot stand

gebracht. Omdat die sectie en de daaropvolgende waarschijnlijk het interessantst zijn voor de beantwoording van mijn probleemstelling, zal ik me hierna dan ook vooral op die tekstdelen richten.

In sectie V maakt de tekst de overgang door een verschil aan te brengen tussen een *basis* van minimaal noodzakelijke voedingsstoffen en de *speelruimte* die iedereen heeft voor *extraatjes*. Ik zal eerst het resultaat van mijn analyse van de thematische en handelingsstructuur weergeven (figuur 3, respectievelijk 4), voorafgegaan door de gesegmenteerde tekst van de betreffende sectie.

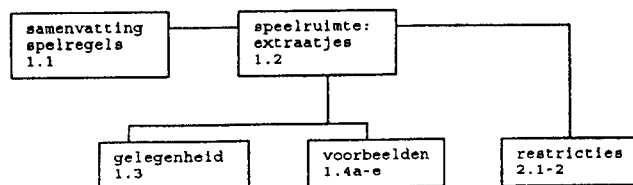
Sectie V:

SPEELRUIMTE.

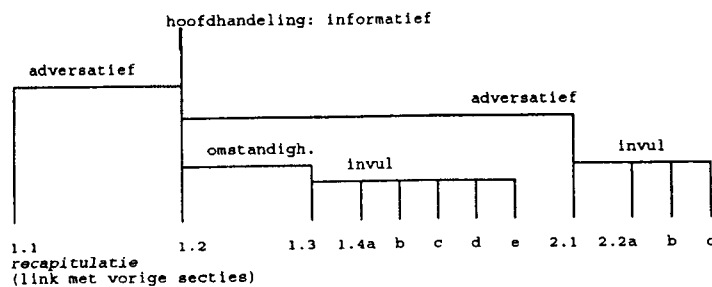
(1.1) Door veel variaties in de keuze van voedingsmiddelen aan te brengen, kies je dus maaltijden die alle voedingsstoffen bevatten die voor je lichaam nodig zijn. (1.2) Maar behalve de basis heeft iedereen ook nog wat speelruimte voor extraatjes. (1.3) Extraatjes die erbij horen als het gezellig is of er iets te vieren is. (1.4.a) Een glas cola bijvoorbeeld, (1.4.b) een glas wijn, (1.4.c) een milkshake, (1.4.d) een handvol chips (1.4.e) of mayonaise voor een portie frites.

(2.1) Maar die speelruimte is niet voor iedereen even groot. (2.2.a) Dat hangt o.a. af van hoe oud je bent, (2.2b) of je vrouw of man bent, (2.2.c) wat voor werk je doet, enz.

Figuur 3
Topic-schema sectie V: speelruimte



Figuur 4
Handelingsstructuur sectie V: speelruimte



Na de recapitulatie in zin 1.1 wordt ook hier weer een 'thematische brug' gebouwd om bij het McDonald's assortiment te komen. In tegenstelling tot de lokale *maark-schakeling* in sectie I - waar pas aan het eind van de paragraaf de stap van voorlichting over goede voeding naar McDonald's gemaakt werd -, wordt nu al meteen na de eerste zin de overgang naar het genotsaspect gemaakt (hier als *speelruimte* geformuleerd). Eveneens anders dan in sectie I is dat er hier niet zo maar eventjes een zijstapje gemaakt wordt, maar de overstap voorbereid wordt naar zowat een hele

pagina met vooral McDonald's-informatie (de secties VI t/m VIII). Dat wil zeggen, de thematische brug heeft hier geen lokaal bereik, maar opereert op een veel globaler tekstniveau: het eerste deel van de romp van de tekst (secties I t/m IV) wordt hier gekoppeld met het tweede deel van die romp (secties VI t/m VIII).

Het globale bereik van deze schakeling wordt tot stand gebracht doordat het segment waarmee dat gedaan wordt lokaal - op het niveau van de sectie - weliswaar vrij vooraan staat (1.2), maar op een globaal niveau - dat van de hele tekst - pas als tweede deel na veel andere, kennelijk minder problematische, minder omzichtig te introduceren informatie. Het is dan ook waarschijnlijk niet toevallig dat het schakelsegment onmiddellijk na een *recapitulatie* van dat objectievere voorlichtingsdeel komt (1.1). Eigenlijk is de schrijver ontzettend 'geraffineerd' doordat hij die samenvatting niet aan het eind van sectie IV gezet heeft, maar haar hier als opmaat gebruikt voor de delicate teksttaken waar hij in sectie V voor staat. Het objectievere voorlichtingsdeel dient zo in de gecomprimeerde vorm van de recapitulatie als aanknopingspunt voor de hangbrug naar de overkant van McDonald's.

Een opvallende overeenkomst met de *lokale maar-ook-schakeling* uit sectie I is dat het schakelsegment weer als een adversatieve relatie met het voorafgaande vormgegeven wordt. En ook hier is er weer sprake van een perspectiefwijziging, - zij het niet na het adversatieve element, maar voorafgaand daaraan in de recapitulatie waarmee een adversatieve relatie gelegd wordt: na in sectie IV een lezer/schrijver-neutraal perspectief gehanteerd te hebben, kiest de schrijver weer het lezersperspectief door die direct met *je* aan te spreken (5.1). Bovendien wordt met de adversatief-relatie zelf weer een topic-verschuiving gerealiseerd: het genotsaspect komt weer in zicht, nu als *speelruimte voor extraatjes* (5.2).

De *globale maar-ook-schakeling* vertoont dus overeenkomsten met de lokale variant wat betreft de manier waarop een eventueel problematische thematische overgang gemaakt wordt. Met name wat betreft het soort adversativiteit waar het hier om gaat. Nog sterker dan in sectie I fungeert *maar* hier als een thematisch adderend structurerings-element ('segmentatiesignaal'; vgl. Redeker 1994). De verwachting die in zulke gevallen met *maar* wordt tegengesproken, is vooral een thematische verwachting (de lezer moet niet denken dat we het hiermee gehad hebben). En net zoals in sectie I wordt dit type adversatieve relatie gemarkeerd door *maar... ook* (in sectie I gedistribueerd over de adversatief/concessief-reeks, hier meteen al binnen het adversatieve segment: *Maar behalve de basis heeft bijna iedereen ook nog...*).

Bovendien lijken de lokale en de globale variant van de *maar-ook*-strategie distributioneel complementair. De lokale *maar-ook-schakeling* wordt meer aan het eind van een tekstdeel geplaatst en is vooral retrospectief werkzaam. De globale strategie staat daarentegen tussen twee grotere tekstdelen in, en doet zowel retrospectief als prospectief werk.

De thematische brug vertoont nog andere eigenschappen die vergelijkbaar zijn met de wijze waarop in sectie I de kloof tussen McDonald's en gezonde voeding overbrugd wordt. Ook hier wordt er bijvoorbeeld niet beargumenteerd waarom er 'speelruimte voor extraatjes' is. Er wordt alleen verteld bij wat voor sociale gelegenheden die extraatjes gebruikt kunnen worden.

Een verschil met de thematische brug in sectie I is echter dat de bruguiting in V in eerste instantie niet subjectief vanuit het schrijversperspectief geformuleerd wordt, maar zakelijker, - in termen van 'speelruimte die iedereen heeft': er is een

marge die 'objectief' overblijft wanneer men voldaan heeft aan de gezondheidsvoorschriften. Pas daarna volgt een specificering voor de specifieke, 'subjectievere' omstandigheden waarin van die marge gebruik gemaakt kan worden (*als er iets te vieren valt ...*).

De restricties die aan het eind van sectie V met betrekking tot de omvang van die speelruimte worden genoemd, worden eveneens adversatief gemarkeerd (*Maar die speelruimte is niet voor iedereen even groot.*). Toch lijkt het hier om een ander soort adversativiteit te gaan dan het geval was bij de eerder onder de loep genomen lokale en globale *maar-ook*-schakelingen. In die gevallen werd via de - thematisch adde-rende - adversatieve relatie een topic-verschuiving tot stand gebracht. De verwachting die in zulke gevallen met *maar* wordt tegengesproken, heeft vooral een thematisch bereik (er zijn nog andere aspecten van het thema relevant). Met uiting 2.1 in sectie V wordt echter geen nieuw topic, hoogstens een ander aspect van hetzelfde topic aangesneden. De verwachting die hier wordt tegengesproken betreft het lopende topic en is inhoudelijk daarop gebaseerd. Ze ligt niet zozeer op het vlak van de organisatie van het thematische verloop, maar op een inhoudelijk aan de voorafgaande stof gerelateerd niveau ('denk niet dat speelruimte voor extra's voor iedereen even groot is'). Uit de inhoud van de vorige alinea zou je naïef kunnen afleiden 'dat p', en die mogelijke inferentie wordt tegengesproken.

Wat betreft het gebruik van de *maar-ook*-schakeling kan nog het volgende opgemerkt worden. Het is waarschijnlijk niet toevallig dat eerst de lokale variant gebruikt werd, en pas veel verder in de tekst - na het deel met de 'objectieve' voorlichting - de globale. De *maar-ook*-strategie maakt het mogelijk een delicate kwestie - zo zal ik het probleem van de associatie van goede voeding en McDonald's maar even typeren - uit te stellen, voor te bereiden en in te bedden in iets wat onproblematischer is (voorlichting over goede voeding, - iets waarvan we verondersteld worden allemaal en altijd wel bij te varen). In sectie I is er nog niet genoeg 'objectief' voorgelicht om al op het niveau van de hele tekst de overgang naar McDonald's te maken. Na de secties II t/m IV kan dat wel, ook al 'kost' dat dan nog een hele paragraaf. Het koekoeksei dat in de laatste alinea's van sectie I in een *aside* met een lokale *maar-ook*-techniek gelegd en voor de duur van de objectieve voorlichting warm gehouden werd, kan nu eindelijk onder de hoede van de globale *maar-ook*-strategie uitgebroed worden.

4 Enkele opmerkingen over de rest van de tekst

De ruimte ontbreekt me om de andere secties op een vergelijkbare manier te analyseren. Vooral wat betreft sectie VI (*kiezen bij McDonald's*) had dat nog interessante inzichten kunnen opleveren. Ik zal daar een beknopte indruk van geven op basis van een korte bespreking van het topic-schema (figuur 5) en een analyse van de handlingsstructuur van die sectie (figuur 6).

Sectie VI:

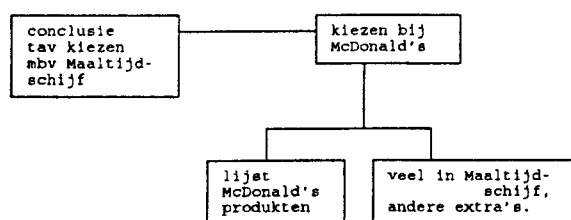
KIEZEN BIJ McDONALD'S.

(1.1) De spelregels voor goede voeding helpen je dus bij het kiezen. (1.2) En als je nu kiest bij McDonald's, wat doe je dan? (1.3) Kies je een Hamburger, Cheeseburger,

Broodje Fish Filet met Franse Frietjes? (1.4) Of toch een koele McShake, Appelgebak, een Coke? (1.5) Nu je wat meer over voeding weet, kun je zelf vaststellen dat veel van McDonald's producten passen in een vak van de Maaltijdschijf, (1.6) andere horen thuis in het stukje 'speelruimte' dat je elke dag hebt.

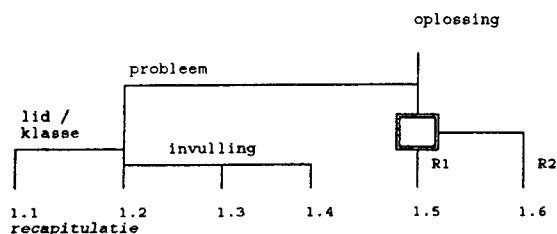
Figuur 5

Thematische structuur sectie VI: kiezen bij McDonald's



Figuur 6

Handelingsstructuur sectie VI: kiezen bij McDonald's



Met name de wijze waarop McDonald's-consumptie gekoppeld wordt aan de maaltijdschijf is interessant. Via *kieszen in het algemeen* wordt *kieszen bij McDonald's* tot een probleem van de lezer van de lezer gemaakt. (Merk onder andere op dat hier wéér en nu consequent in de gehele paragraaf het lezersperspectief gekozen wordt door de lezer steeds expliciet met *je* aan te spreken.) Het probleem hoe *je nu kiest bij McDonald's* kan opgelost worden met de Maaltijdschijf. En wat daar niet in past, krijgt onderdak aangeboden in de speelruimte die in de vorige paragraaf gecreëerd werd. De functie van de Maaltijdschijf en de voorlichting over gezonde voeding wordt zo getransformeerd en gereduceerd tot een instrument waarmee omvang en samenstelling van het McDonald's menu samengesteld kan worden.

Ook niet oninteressant is het gegeven dat in uiting 2 van VI de overgang naar McDonald's niet adversatief, maar simpel 'additief' met *en* gemaakt kan worden. Kennelijk is in de vorige sectie voldoende voorwerk verricht om de thematische overgang nu gewoon als een 'conjunctie' te kunnen presenteren. Dat voorwerk bestond er met name uit een aantal items uit het McDonald's assortiment op te sommen: in sectie V was McDonald's er al als een soort *metonymie* entiteit (de producten als deel van het McDonald's-geheel). En via dat deelaspect kan nu kennelijk gemakkelijker dan eerder de overstap naar het geheel gemaakt worden.

Sectie VII

KWALITEIT.

(1.1) De voedingswaarde van gerechten wordt voor een deel bepaald door de basisvoedingsmiddelen die je kiest. (1.2) Maar kwaliteit kiezen betekent ook aandacht voor

de samenstelling, de geur en de kleur van het produkt. (1.3) McDonald's heeft alle aandacht voor die aspecten, aandacht als we de produkten inkopen, maar ook in de fase daarna, tijdens de bereiding en het serveren. (...)

In sectie VII is voor mijn probleemstelling vooral de eerste alinea interessant. De paragraaf telt in totaal 4 alinea's. Alinea 2 geeft voorbeelden van kwaliteitseisen aan McDonald's-produkten. De alinea's 3 en 4 vertellen over wat er al niet volgens eigen recepten en formules gemaakt wordt.

Het begin van VII (*kwaliteit*) vertoont weer een (globale) *maar-ook*-schakeling van een thematisch addresserende adversatief-relatie met een recapitulatie (zie 1.1 en 2.2). De brug heeft weer vergelijkbare inhoudelijke bestanddelen als eerder. De *maar-ook*-strategie komt dus in deze vorm, met deze inhoud en met deze functie in totaal drie keer voor in deze tekst. Dat lijkt me niet toevallig en het bevestigt de indruk dat dit type koppelingsstrategie inderdaad een essentieel kenmerk van dit teksttype zou kunnen zijn.

Sectie VIII

LEUK OM TE WETEN.

(1.1) McDonald's heeft in laboratoria onderzocht wat de voedingswaarde is van de gerechten die ze serveert. (1.2) Niet alleen de hoeveelheid energie, maar ook de hoeveelheden eiwitten, vetten, koolhydraten en keukenzout vind je terug in de tabel hiernaast.

(2.1) Onze Hamburgers leveren ijzer en vitamine B. (2.2) En onze MacShakes zijn een uitstekende bron van kalk, wat weer zo belangrijk is voor gezonde en stevige tanden en botten. (2.3) Al onze produkten leveren veel van de voedingsstoffen die ons lichaam nodig heeft, zoals eiwitten, koolhydraten en vitamines. (2.4) Natuurlijk vraagt een evenwichtige voeding ook om veel graanprodukten, verse groenten en fruit.

Waar de secties V, VI en VII openen met recapitulaties van de informatie uit het voorlichtingsdeel (de associatie van gezonde voeding en McDonald's beperkte zich daar nog tot nevenschikking), wordt in sectie VIII ook echt op inhoudelijk niveau een samensmelting tot stand gebracht ('onderzoek van laboratoria naar de voedingswaarde van McDonald's-gerechten'). Dat wordt verder gespecificeerd (ingevuld) en van een wetenschappelijke status voorzien in en met een tabel (overigens, als je niet weet hoeveel je per dag aan voedingsstoffen nodig hebt, is die tabel onbruikbaar).

'Leuk' in sectie VIII is ook de laatste zin (*Natuurlijk vraagt een evenwichtige voeding ook om veel graanprodukten, verse groenten en fruit*). Dat soort produkten ontbreekt in de tabel. Deze zin is daarom niet alleen een Pander Maatse concessie, maar is waarschijnlijk ook letterlijk een concessie afgedwongen door het Voorlichtingsbureau waar McDonald's zo deskundig mee flirt.

5 De *maar-ook*-strategie

Het interessantste resultaat van de analyse vind ik het gebruik van de *maar-ook*-schakeling en de thematisch addresserende, adversatieve presentatie daarvan. De techniek komt drie keer voor, - dat wil zeggen, elke keer als er in de tekst een overgang gemaakt wordt van voorlichting over voeding naar McDonald's. Wanneer die volgorde andersom is, wordt er niet zo'n techniek gebruikt. Ik denk daarmee een van de

belangrijkste principes te pakken te hebben waarmee de schrijver met het dilemma omgaat dat in de probleemstelling aangeduid werd. Met deze koppelingsstrategie legt de schrijver de link tussen twee thematisch niet altijd zonder meer associeerbare kennisdomeinen.

De *maar-ook*-strategie heeft de volgende kenmerken: (i) De schrijver legt een link tussen twee niet vanzelfsprekend samenhangende kennisdomeinen door een thematische brug te bouwen. Deze heeft het karakter van een 'pragmatische presuppositie' (dat wil zeggen, het gaat om kennis en evaluaties die op een wijze gepresenteerd worden waaruit blijkt dat de schrijver verwacht dat de lezer die kennis of evaluaties met haar deelt) en 'hoeft' daarom ook niet verder onderbouwd te worden. (ii) De thematische brug wordt als een adversatieve relatie geformuleerd: het gaat daarbij echter niet om een inhoudelijk contrast, maar eerder om een verwachting die tegengesproken wordt op het niveau van de thematische structuur (*maar* fungeert als thematisch addresserend structureringsignaal). (iii) De adversatieve relatie wordt begeleid door topic- en perspectief-verschuivingen. (iv) De *maar-ook*-schakeling wordt gebruikt na tekstdelen die minder delicaat zijn als het onderwerp dat via die strategie geïntroduceerd wordt.

Wat betreft de positie in de tekst zou je verder nog onderscheid kunnen maken tussen *lokale* en *globale maar-ook-schakelingen*: het eerste type komt voor aan het eind van een paragraaf of sectie, legt een link tussen de voorafgaande alinea's in de paragraaf en de daaropvolgende alinea's (in dit geval een van de laatste van het betreffende tekstdeel) en heeft niet per se een directe prospectieve werking (eerder indirect en globaal). De globale variant komt voor in tweede positie na een meer recapiterende uiting in een sectie die niet een van de inleidende paragrafen vormt en die voorafgegaan wordt met paragrafen met minder delicate informatie. Het onproblematische karakter van dat type informatie wordt nog een keer gebruikt in de recapitulatie waaraan aangehaakt wordt.

Ik wil deze paragraaf besluiten met twee meer algemene reflecties. De eerste is meer methodologisch van aard en betreft de ontwikkeling van de notie '*maar-ook*-strategie'. Toen ik aan de analyse begon, had ik dat concept nog niet. Ik heb niet de illusie dat vergelijkbare strategieën niet al eerder beschreven zijn in de literatuur, maar binnen het huidige kader vind ik het voldoende dat ik in en door de analyse van de tekst zelf het instrumentarium ontwikkeld heb waarmee ik in ieder geval ten dele en in aanzet een - nog tentatief - antwoord kan geven op de probleemstelling.

Door eerst zorgvuldig de details te beschrijven met behulp van een analyse van thema- en handelingsstructuur en daar vervolgens over na te gaan denken, kon geleidelijk aan een beeld ontstaan van wat er nu precies aan de hand is. En als dat fenomeen vaker in je tekst voorkomt, kunnen de eigenschappen daarvan niet alleen steeds beter gespecificeerd worden door te vergelijken wat er identiek en wat er anders is. Je wordt er daardoor ook min of meer toe verleid en gedwongen het fenomeen een naam te geven. Daarmee baken je het af, constitueer je het als een bijzonder type object en creëer je een entiteit die verder gespecificeerd en geconcretiseerd kan worden.

Hoewel de analyse van handelings- en thema-structuur een noodzakelijke fase van zo'n generaliseringsproces vormt, is ze niet het doel maar een van de middelen. Het doel is de beantwoording van de probleemstelling.

De tweede opmerking betreft Pander Maats boek. Het probleem had mijns inziens niet alleen met een analyse van coherentierelaties aangepakt kan worden. Om schrijfstrategieën op het spoor te komen, was het in dit geval nodig om de handlingsstructuur zoals die met behulp van Pander Maat geanalyseerd kan worden (zeg maar: een beschrijving van de coherentie-relaties op inhouds- en handelingsniveau), te verbinden met een beschrijving van de thematische organisatie van de tekst. In die zin maakt een analyse als deze ook een beperking van het Pander Maatse model zichtbaar.

En die beperking betreft niet alleen de verhouding tussen thematische en handlingsstructuur, maar ook de wijze waarop je strategische aspecten van tekstproductie en receptie zou moeten analyseren. Daarvoor lijkt de analyse van de coherentie-relaties, en ook de daarop gebaseerde beschrijving van de handlingsstructuur niet voldoende. Een persuasieve strategie als de *maar-ook*-schakeling kenmerkt zich juist door het feit dat ze op een omvattender tekstniveau kan opereren dan de relatie tussen twee opeenvolgende uitingen. Ze kan betrekking hebben op de relatie tussen drie uitingen, - en wanneer de eerste van die drie een recapitulatie is en de tweede of derde een omvattender nieuw aspect van het thema introduceert, gaat het zelfs om relaties tussen meer omvattende tekstdelen. Ook 'fijnere' pragmatistische aspecten - zoals de perspectiefverschuivingen die de *maar-ook*-strategie vergezellen -, vallen buiten het bereik van *Tekstanalyse*.

Aan de andere kant is wel duidelijk geworden dat Pander Maats boek het instrumentarium aanreikt om centrale, relevante fases in het analyseproces uit te kunnen voeren. Uit de wijze waarop ik dat hier heb proberen te doen, blijkt bovendien dat die instrumenten wel degelijk geschikt zijn om toegepast te worden op grotere, meer omvattende tekstdelen.

Noten

- 1 Dit paper werd oorspronkelijk gemaakt voor het college *Pragmatische tekstanalyse* (een 2^e-jaars college voor Neerlandici aan de Rijksuniversiteit Groningen). Via een aantal voorbeeld-analyses wilden Christoph Sauer (zie Sauer 1995) en ik laten zien hoe een tekstanalytische benadering als die van Pander Maat 1994 gebruikt zou kunnen worden voor het beantwoorden van meer toegepaste vraagstellingen ten aanzien van lange(re) teksten. In een gastcollege in het kader van het Onderzoekscollege Externe Communicatie van dr. A. Oussaid (studiejaar 1990-91, opleiding Communicatiekunde Rijksuniversiteit Groningen), had ik al eens een eerste, 'pre-Pandermaatsé' analyse van de McDonald's-tekst gemaakt. Een deel van de aantekeningen voor dat college heb ik hier weer gebruikt.
- 2 Sauer 1995 demonstreert hoe Pander Maat gebruikt kan worden voor het herschrijven van een vaktekst.
- 3 De bijlage bevat een kopie van een illustratief fragment uit de folder *JE WEET WAT JE EET BIJ McDONALD'S*. De folder heeft de vorm van een vouwblad met 5 dubbelzijdig bedrukte stroken die steeds één tekstkolom breed zijn. Het voorblad is een fotomontage van een Hamburger, het McDonald's-logo en de titel.

- 4 Topic-schema's zijn ook niet identiek aan Pander Maat's *onderwerpschema's* (1994, p.225): daar gaat het meer om de 'vaste structuren' van de elementen die in een bepaald tekstype aan de orde zouden (moeten) komen.
- 5 Grof gesteld komt Pander Maat's model er op neer dat tekstuele coherentie hetzij primair als een thematische relatie gekarakteriseerd wordt - in *thematisch gecentreerde tekstdelen* -, hetzij handelingsmatig (in tekstdelen met een hoofdhandeling ten opzichte waarvan de rest van het betreffende tekstdeel een subsidiaire, ondersteunende functie heeft). Tekstproductie en receptie worden als een vorm van probleem-oplossen gezien: de relatie tussen vorige en volgende zin kan steeds expliciet gemaakt worden door de vraag te stellen wat voor soort informatie de schrijver met elke volgende uiting probeert te leveren. Pander Maat noemt dit de *VA-analyse* (vraag/antwoord).

De relatie tussen opeenvolgende uitingen kan primair op het niveau van de propositionele inhoud liggen (*descriptieve relaties*), meer meta-communicatief *toelichtend* zijn (een oplossing voor een taalgebruiksbegripsprobleem), een *redeneer-relatie* betreffen (begrips- en/of acceptatie-problemen), óf mogelijke lezer-inferenties in goede banen leiden (*adversatieve en concessieve relaties*). Verder bevatten teksten vaak ook nog allerlei het leesproces sturende *interactionele ondersteuning*en (bijv. thematische oriënteringen, aandachts-trekkers en dergelijke).

Ik zal hier alleen kort die relaties opsommen die in mijn analyse gebruikt worden, en die eventueel wat verder karakteriseren voorzover ze niet voor zichzelf lijken te spreken:

- *descriptieve relaties*:

oorzaak / gevolg
object, inhoud / samenstelling
object / werking
situatie / omstandigheden
klasse / leden

- *redeneerrelaties*:

uitleggen

argumenteren

- *toelichtingsrelaties*:

uiting / parafrase
reeks uitingen / recapitulatie
term, uiting / invulling (*specificering*)

(*de lezer mist de kennis om iets te snappen, de schrijver is de expert*)

(*de lezer heeft eventuele acceptatie-problemen t.a.v. stellingnames*)

- *adversatieve en concessieve relaties*:

adversatiefrelatie (*een verwachting / inferentie wordt tegengesproken*)

concessiefrelatie (*een verwachting / inferentie wordt - a.h.w. - bevestigd*).

- 6 Een 'tekstvolgende' analyse van coherentierelaties weerspiegelt de volgorde van zinnen zoals die in de tekst feitelijk voorkomt. Een 'hiërarchie-volgende' analyse van coherentierelaties herrangschikt zinnen sterker op basis van de geanalyseerde structuur.
- 7 Als aanduiding voor het soort coherentie-relatie waarin een verwachting van de lezer wordt bevestigd, is Pander Maat's notie *concessief* ruimer dan de term bijvoorbeeld in de traditionele grammatica gebruikt wordt. Elke bewering waaraan de schrijver een bepaalde vanzelfsprekendheid, natuurlijkheid, gewooneheid verleent - eventueel met behulp van markeringsnamen als *inderdaad, uiteraard, natuurlijk* of *vanzelfsprekend* -, kan een concessieve relatie met de

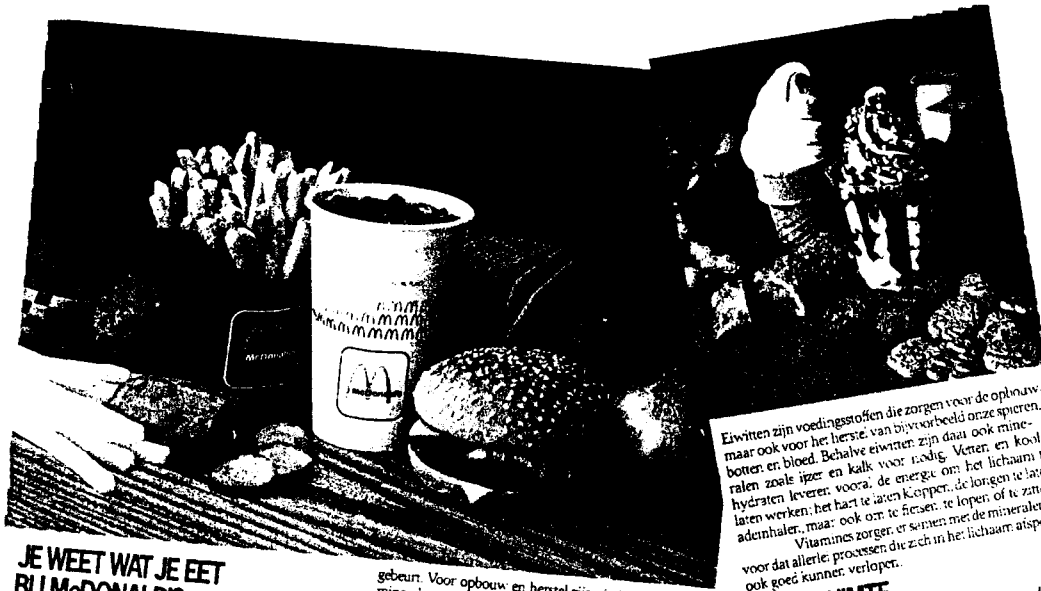
voorafgaande uiting leggen. Zulke bevestigingen van verwachtingen kunnen een meer klassiek toegevend *hoewel*-karakter krijgen wanneer de schrijver vervolgens een andere, daarmee geassocieerde of daardoor infereerbare verwachting tegenspreekt (*ja / inderdaad ..., maar ...*). Pander Maat spreekt in dat geval van de *concessief-adversatief* opeenvolging (1994, p.106-109).

- 8 In een *uitleg*-relatie geeft een schrijver als expert antwoord op de vraag *waar leid je dat uit af?*, terwijl in een *argumentatie*-relatie sterker geprobeerd wordt te verantwoorden waarom de schrijver een bepaalde mening heeft: *waarom vind je dat?* (zie Pander Maat 1994, p.85-100).
- 9 Pander Maat gebruikt de notie *dwarsverband* voor coherentie-relaties tussen uitingen die primair thematisch samenhangen. Terwijl een uiting primair een aspect van het thema beschrijft, kan die op een ander, meer secundair niveau ook een coherentie-relatie leggen met een andere uiting. Terwijl de ene uiting bijvoorbeeld informatie geeft over hoe iets werkt, en de andere over wat daarvan het resultaat is - twee aspecten van hetzelfde thema -, kunnen die uitingen onderling op een ander analyseniveau bijvoorbeeld een *activiteit / resultaat*-relatie aangaan. (Vgl. Pander Maat 1994, p.192-96)

Bibliografie

- Brown, R. & Yule, G. (1983). *Discourse Analysis*. Cambridge University Press
- Flower, L. 1989³. *Problem-solving strategies for writing*. San Diego, New York, etc.: Harcourt Brace Jovanovich
- Maynard, D. (1980). 'Placement of topic changes in conversation.' In *Semiotica*, Vol.30, Nr.3/4, p.263-90
- Jefferson, G. (1984). 'On stepwise transition from talk about trouble to inappropriately next positioned matters.' In J.M. Atkinson & J. Heritage eds. *Structures of Social Action*. Cambridge University Press
- Pander Maat, H. (1994). *Tekstanalyse. Een pragmatische benadering*. Groningen: Martinus Nijhoff
- Redeker, G. (1994). 'Maar nu even iets heel anders - *maar* als segmentatiesignaal.' In R. Boogaart & J. Noordegraaf red. *Nauwe Betrekkingen*. Amsterdam: Stichting Neerlandistiek VU, p.213-21
- Sauer, C. (1995). 'Meer dan luchtkwaliteit. Pragmatische analyse van een vaktekst.' In: H. Mazeland & C. Sauer. *Pragmatische tekstanalyse. Deel II syllabus 94/95: twee voorbeeld-analyses*. Vakgroep Taal en Communicatie, Rijksuniversiteit Groningen, p.21-54.

BIJLAGE: enkele fragmenten uit de folder *Je weet wat je eet bij McDonald's.*



JE WEET WAT JE EET BIJ McDONALD'S.

Alles wat je eet en drinkt, draagt voedingsstoffen aan. Ze maken dat de miljarden cellen waaruit ons lichaam is opgebouwd zich kunnen herstellen en dat er nieuwe cellen worden aangemaakt.

Kiezen voor een goede voeding betekent dat je eraan meewerkt, dat alles in je lichaam zo goed mogelijk verloopt. Hoe beter de kwaliteit van de voeding, hoe meer kans op gezondheid, energie en weerstand.

Alle voedingsstoffen hebben hun eigen taak. Koolhydraten en vetten leveren vooral energie, nodig voor alles wat je doet, en voor alles wat er in je lichaam

gebeurt. Voor opbouw en herstel zijn eiwitten nodig en mineralen, zoals ijzer en kalk.

Voor het goede verloop van alles in je lichaam zorgen mineralen en vitamines. Elk voedingsmiddel bestaat uit een combinatie van voedingsstoffen; niet één voedingsmiddel levert ze allemaal tegelijk. Of je voeding goed is, hangt af van alle voedingsmiddelen samen.

Maar aandacht schenken aan een goede voeding is meer. Het betekent ook genieten van het eten, genieten van de smaak en van het fraaie uiterlijk.

Ook bij McDonald's weten we dat. Het eten dat we serveren moet van uitstekende kwaliteit zijn, lekker zijn, er goed uitzien en in een prettige omgeving kunnen worden opgegeten.



Eiwitten zijn voedingsstoffen die zorgen voor de opbouw, maar ook voor het herstel van bijvoorbeeld onze spieren, botten en bloed. Behalve eiwitten zijn dat ook mineralen zoals ijzer en kalk voor nodig. Vetten en koolhydraten leveren vooral de energie om het lichaam te laten werken; het hart te laten kloppen, de longen te laten ademen, maar ook om te fietsen, te lopen of te zinnen. Vitamines zorgen er samen met de mineralen voor dat allerlei processen die zich in het lichaam afspeelen ook goed kunnen verlopen.

SPELRUIMTE

Door veel variatie in de keuze van voedingsmiddelen aan te brengen, kies je dus maaltijden die alle voedingsstoffen bevatten die voor je lichaam nodig zijn. Maar behalve de basis heeft bijna iedereen ook nog wat speelruimte voor extraatjes. Extraatjes die erbij horen als het gezellig is of er iets te vieren valt. Een glas cola bijvoorbeeld, een glas wijn, een milkshake, een handvol chips of mayonaise voor een portie fries.

Maar die speelruimte is niet voor iedereen even groot. Dat hangt o.a. af van hoe oud je bent, of je vrouw of man bent, wat voor werk je doet enz.

Taalbeheersing

Driemaandelijks tijdschrift

Taalbeheersing verschijnt vier maal per jaar, in de maanden februari, mei, augustus en november. Omvang per aflevering 96 redactionele pagina's.

Redactie

F.H. van Eemeren, A.J.M. van der Geest,
P.J. van den Hoven, J. Peeck, P.J. Schellens

Adviesraad

Dr. A. Braet, Prof.dr. H.F.M. Crombag,
Prof.dr. T.A. van Dijk, Prof.dr. W. Drop,
Prof.dr. G. Geerts, Prof.dr. G. Kempen,
Prof.dr. E.C.W. Krabbe, Prof.dr. L.G.M.
Noordman, Prof.dr. G. Nuchelmans,
Prof.dr. H.D.K. Parret, Prof.dr. W.A. de
Pater, Prof.mr. A. Soeteman,
Prof.dr. O. Wiegman.

Redactie-adres

Prof.dr. P.J. Schellens, Vakgroep Toegepaste
Taalkunde, Universiteit Twente, Postbus
217, 7500 AE Enschede.

Redactie boekbesprekingen

Dr. P. Houtlosser, Vakgroep Taalbeheer-
sing, Universiteit van Amsterdam,
Spuistraat 134, 1012 VB Amsterdam.

Uitgever

Martinus Nijhoff uitgevers,
Postbus 58, 9700 MB Groningen,
tel. 050-522 69 22.

Abonnementenprijzen per jaargang

Particulieren in Nederland en België
f 96,00/Bfr. 1800; studenten (max. 4 jaar)
f 75,00/Bfr. 1400; instellingen f 175,00/Bfr.
3200. Particulieren buitenland f 122,50.
Losse nummers f 29,00.

Abonnees wordt dringend verzocht te wacht-
ten met betalen tot zij een acceptgirokaart
hebben ontvangen.

Abonnementen gelden telkens vanaf het
eerstvolgende nummer. Reeds verschenen
nummers zijn op aanvraag leverbaar en wor-
den u, vergezeld van een acceptgirokaart,
toegezonden.

Abonnementen worden automatisch ver-
lengd, tenzij zij schriftelijk worden opgezegd
vóór 1 december.

Abonnementenadministratie

Woltersgroep Groningen b.v., afd. Verkoop-
administratie, Postbus 567, 9700 AN Gro-
ningen, tel. 050-522 68 86, bank ABN-
AMRO nr. 44.60.67.105.

Belgische abonnees kunnen gebruik maken
van ons banknummer 220-0773015-58 in
België t.n.v. Woltersgroep Groningen b.v.,
Nederland.

Advertenties

In te zenden uiterlijk de 1e van de maand
vooraangaande aan de maand van verschijnen
aan ACQUI'MEDIA, Postbus 2776, 6030
AB Nederweert, tel. 0495-62 65 95, fax
0495-62 60 95.

Advertenties en advertentiebijlagen vallen
buiten de verantwoordelijkheid van de
redactie.

Auteursrechten voorbehouden

Overnemen van artikelen of gedeelte(n) van
artikelen mag alleen geschieden met schrif-
telijke toestemming van de redactie en de
uitgever.

ISSN 1384-5853

ARTIKELEN

Harrie Mazeland
Voorlichting bij McDonald's.
Een pragmatische tekstanalyse van een
McDonald's folder 1

J. Mönnink
Functies van zelfherhaling 19

Hans Hoeken
Het effect van de probleem-oplossings-
structuur op de aandacht voor en de
overtuigingskracht van persuasieve
teksten 29

Erik Viskil
Definities
Een overzicht van het onderzoek 48

BOEKBEoordelingen

Luuk van Waes
P. Smagorinsky, *Speaking about
Writing. Reflections on Research
Methodology* 62

Paul van den Hoven
W. Koetsenruijter,
Meningsverschillen 64

Maarten Henker
E.T. Feteris, *Redelijkheid in juridische
argumentatie. Een overzicht van
theorieën over het rechtvaardigen van
juridische beslissingen* 68

Annemiek van Dam
R. Elling e.a., *Rapportage-techniek* 72

Kees Maat
R. Elling e.a., *Ganesh Helper* 74

SIGNALERINGEN 78

**UIT DE
TIJDSCHRIFTEN 85**

**NIEUWS UIT
HET VAKGEBIED 88**

Martinus Nijhoff uitgeverij
Postbus 58, 9700 MB Groningen
tel. 050-522 69 22

Abonnementsprijzen per jaargang
Particulieren in Nederland en België
f 96,00 Bfr. 1800; studenten (max. 0 jaar)
f 75,00 Bfr. 1400; instellingen f 175,00 Bfr.
3200; Particulieren buitenland f 122,00
Losse nummers f 29,00.

buiten de verantwoordelijkheid van de
redactie.

Auteursrechten voorbehouden

Overnemen van artikelen of gedeeltes van
artikelen mag alleen geschieden met schrift-
telijke toestemming van de redactie en de
uitgever.

ISSN 1384-5853