

# Inhoud

|                                                                                             |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1. De sturende kracht van taal                                                              | 11        |
| <b>I Betekenis en bedoeling</b>                                                             | <b>27</b> |
| 2. Homo's en pannenkoeken                                                                   | 29        |
| 3. Is de trein naar Leiden die niet verder rijdt dan<br>Hoofddorp wel de trein naar Leiden? | 35        |
| 4. Niets dan de waarheid                                                                    | 41        |
| 5. Hoe kan 'Open op maandag' ook open op dinsdag<br>betekenen?                              | 49        |
| <b>II De sturende kracht van grammatica</b>                                                 | <b>55</b> |
| 6. Met je 'constructies'!                                                                   | 57        |
| 7. Ik zeg doen!                                                                             | 66        |
| 8. Koop hier een winnend staatslot?                                                         | 73        |
| 9. <i>Lost in translation</i> : de conditionele imperatief                                  | 79        |
| 10. De 'als iets, dan niets'-constructie                                                    | 88        |
| 11. 'Toen ik je zag': de kracht van losse bijzinnen                                         | 96        |
| 12. De glazen bol van Matthijs van Nieuwkerk                                                | 104       |
| 13. De paradox van Cruijff: ontkennen is bevestigen                                         | 109       |
| 14. Wel niet                                                                                | 115       |
| 15. De Dikke Man en De Overspelige Echtgenoot                                               | 123       |
| 16. Andere Tijden                                                                           | 131       |
| Index                                                                                       | 139       |



# 1. De sturende kracht van taal

## Betekenis en bedoeling

Op 7 april 2013 publiceerde *NRC Handelsblad* een interview met Alex Brenninkmeijer, toen nog onze Nationale Ombudsman. In een kadertje bij het interview werd onder andere zijn privésituatie in een paar woorden samengevat:

Getrouwd met Sacha Prechal, twee zoons.

Beide feiten klopten. Brenninkmeijer was getrouwd met Sacha Prechal en hij had twee zoons. Toch moest de krant deze mededeling vier dagen later rectificeren:

In het kader bij het artikel (...) staat dat Brenninkmeijer getrouwd is met Sacha Prechal en twee zoons heeft. De zoons zijn uit een eerder huwelijk.

Maar had *NRC* dan geschreven dat die zoons uit het huwelijk met Prechal waren? Het staat er eigenlijk niet. En ook weer wel. De twee uitspraken – getrouwd, twee zoons – zijn los van elkaar allebei waar, maar in combinatie kun je ze niet anders interpreteren dan dat Prechal de moeder van deze twee zonen is. Het is geen deel van de letterlijke betekenis van de zin, maar de woorden sturen samen wel héél sterk in die richting. Zo sterk dat er een rectificatie nodig was.

Als we een zin horen of lezen, doen we veel meer dan de betekenissen van de woorden bij elkaar optellen. We willen weten op welke conclusies de spreker aanstuurt. Wat hij eigenlijk bedoelt met wat hij zegt. Dat is altijd méér dan wat er letterlijk staat. En soms is het zelfs iets heel anders.

Mijn eigen fascinatie voor het verschil tussen de letterlijke betekenis van zinnen en de bedoeling van de spreker is, achteraf gezien, al heel vroeg begonnen. Ik was een jaar of twaalf toen ik, op Koninginnedag, meedeed aan de jaarlijkse fietspuzzeltocht door de polders rondom mijn geboortedorp. Dat ging goed, dacht ik. De vragen waren niet moeilijk. Stond er in de nok van een oude schuur een jaartal, dan luidde de vraag:

Weet u wanneer deze boerderij gebouwd is?

Nou, dat wist ik wel. Groot was dan ook mijn teleurstelling, later die dag in een volgepakt café, dat ik buiten de prijzen viel. Groter nog was mijn verbazing dat geen van de deelnemers de eenvoudige vragenlijst foutloos had ingevuld. Totdat ik de reden daarvan te horen kreeg. Het antwoord op vragen van het type 'Weet u wanneer deze boerderij gebouwd is?' had 'ja' moeten luiden en elk ander antwoord was afgekeurd. De aanwezigen moesten het even verwerken, dat wel, maar niemand betwistte het gelijk van de bedenker en corrector van de vragenlijst. Er stond tenslotte ook 'Lees de vragen goed!' bovenaan het formulier. Alsof goed lezen hetzelfde zou zijn als letterlijk lezen. In dit geval was de letterlijke betekenis van de vraag ook de bedoelde interpretatie, maar dat is bij dit soort vragen eigenlijk nooit zo. Voor zover ik weet had niemand 'ja' geantwoord. Of 'nee', wat natuurlijk ook goed gerekend had moeten worden.

We komen ze in dit boek nog wel vaker tegen. Mensen die zich beroepen op de letterlijke betekenis van woorden en geen verantwoordelijkheid nemen voor wat je er redelijkerwijs uit af mag leiden. En het zijn niet de minsten. Een politierechter die oordeelt dat 'homo' geen scheldwoord kan zijn (hoofdstuk 2). Een president van de Verenigde Staten die vindt dat spelletjes met een sigaar geen seks zijn (hoofdstuk 4). En een doctor die meent dat 'Eet smakelijk!' onbeleefd is omdat het een bevel is (hoofdstuk 8). Het misverstand is steeds hetzelfde. Het gaat er bij communicatie niet om wat mensen letterlijk zeggen, maar

om wat ze met hun woorden bedoelen. Woorden hebben een betekenis, mensen hebben een bedoeling.

Soms doen taalgebruikers hun best om hun werkelijke bedoeling verborgen te houden. In dat geval hebben we te maken met leugens en misleiding. Daarvan zal ik eerst een paar voorbeelden laten zien. Maar minder zeggen dan je bedoelt, of iets anders zeggen dan je bedoelt, daar zit niet altijd boze opzet achter. Sterker nog, zo zullen we zien, het is inherent aan het gebruik van taal.

## **Verborgen bedoelingen**

In de film *Nebraska* uit 2013 maakt een vrouw zich ongerust over haar echtgenoot omdat die steeds van huis wegloopt. Elke keer als dat gebeurt, belt ze haar zoon, die zijn vader dan ergens langs de snelweg ophaalt en weer naar huis brengt. Maar de vader wil niet naar huis – hij wil naar Nebraska. Daarvandaan heeft hij een brief gekregen waarin staat dat hij een miljoen dollar heeft gewonnen en dat geld wil hij persoonlijk gaan ophalen. Wat er verder in de brief staat, daaraan heeft hij geen boodschap. Hij heeft een miljoen gewonnen, dat staat er zwart op wit.

Op een dag besluit de zoon om niet langer tegen zijn vader in te gaan. Hij pakt hun koffers en de twee gaan op weg naar Nebraska. Het is een tocht met hindernissen, maar aan het eind vinden ze op een bedrijfsterrein het kantoortje van de loterij waar de brief vandaan kwam. Als de vader te horen krijgt dat zijn code niet de winnende code was, verlaat hij gedesillusioneerd het kantoortje. Dan volgt deze dialoog tussen de secretaresse en de zoon:

- Does he have Alzheimer's or something?
- No, he just believes stuff that people tell him.
- That's too bad.

Geloven wat mensen letterlijk tegen je zeggen. Dat moet je dus blijkbaar niet doen – dat is iets uit vroeger tijden, of wat dementerenden doen.

De letterlijke betekenis van de zin ‘U heeft een miljoen dollar gewonnen!’ is in dit geval simpelweg onwaar. Gek genoeg is dat niet altijd een probleem en is niet alles wat onwaar is ook meteen een leugen. In hoofdstuk 12 zullen we zien dat interviewers juist zinnen zoals ‘U heeft een miljoen gewonnen’ heel strategisch kunnen inzetten. Matthijs van Nieuwkerk zal bijvoorbeeld eerder vragen:

U heeft een miljoen gewonnen. Wat doet u?

dan:

Als u een miljoen gewonnen heeft, wat zou u dan doen?

Met die eerste formulering doe je net alsof het miljoen al binnen is. De geïnterviewde kan niet anders dan zich voorstellen dat het al zover is, en voordat hij er erg in heeft, heeft hij de vraag al beantwoord. Het verschil met de zin uit de film is dat de loterij uit de film haar best doet om de achterliggende bedoeling verborgen te houden. Daarom noemen we Van Nieuwkerk geen oplichter, maar beschouwen we de brief van de loterij wel als een vorm van misleiding. Dat is, mogen we hopen, in het dagelijks leven een vrij uitzonderlijke situatie, maar dus wel één waarmee je bij de interpretatie van een zin ook nog rekening moet houden. Dat doe je trouwens ook: je hoeft de kleine lettertjes niet te lezen om zo’n mededeling op waarde te schatten en de brief of e-mail in de prullenbak te gooien.

Misleiding door gebruik te maken van het verschil tussen letterlijke betekenis en bedoeling kan een stuk subtieler – en succesvoller – zijn, en je hoeft niet dementerend te zijn om er in te trappen. Op een avond ergens in 2008 ging bij mij de telefoon.

- Spreek ik met meneer Boogaart?
- Ja, dat ben ik.
- Klopt het dat u een telefoonabonnement heeft bij KPN?
- Ja, dat klopt.

– Dan mag ik u een speciale aanbieding doen. U kunt in het weekend en 's avonds gratis bellen en uw abonnementsgeld wordt ook nog lager.

Nu had ik in die tijd wel brieven van de KPN gekregen over zo'n soort abonnement, maar tot op dat moment had ik daar uit gemakzucht nog niet op gereageerd. Handig dus dat ze even belden. Ik herinner me nog dat ik vroeg of er verder helemaal niets zou veranderen. Immers, als dat abonnement goedkoper was en verder alles bij het oude bleef, waarom hadden ze mij dat dan niet automatisch gegeven? Dan hadden ze zich die brieven en dat telefoontje ook kunnen besparen. Maar nee, er zou verder niets veranderen. Dat bleek te kloppen. Behalve dan dat ik vanaf dat moment zonder het te weten was overgestapt van KPN naar Pretium Telecom.

Ik was niet de enige die in dit soort telefoontjes van Pretium gedacht had met KPN in gesprek te zijn: ik zag medeslachtoffers later nog regelmatig voorbijkomen in het tv-programma *Kassa*. De verdediging van Pretium was steeds dezelfde: ze hadden nooit gezegd dat ze van KPN waren en dat konden ze ook aantonen met transcripties van de telefoongesprekken. Inderdaad, ook in het bovenstaande gesprek met mij hadden ze niet gezegd dat ze namens KPN belden. En toch ook weer wel. Ze hadden het niet letterlijk gezegd, ik had het afgeleid uit wat ze wél zeiden. Aan zijn website te zien, heeft Pretium zijn verkoopstrategieën trouwens nog niet ingrijpend gewijzigd. In plaats daarvan hebben ze een coulanceregeling voor 'kwetsbare groepen'. *Alzheimer's or something*.

Je bent als spreker niet alleen verantwoordelijk voor de letterlijke betekenis van je woorden, maar vooral voor wat je lezers en luisteraars daar over je precieze bedoeling uit af kunnen leiden. Bij scheldwoorden, het onderwerp van hoofdstuk 2, is dat het duidelijkst. Wie 'homo!' schreeuwt tegen een politieagent, kan niet met het woordenboek in de hand beweren dat hij alleen maar een neutrale beschrijving wilde geven van de seksuele geaardheid van de agent. Maar precies zo kan Pretium zich

niet beroepen op de letterlijke betekenis van ‘dan mag ik u een speciale aanbieding doen’ om te bewijzen dat ze niet hebben gezegd van KPN te zijn. Ze hebben het misschien niet ‘met zoveel woorden’ gezegd, maar ze hebben mij wel bewust in de richting van die conclusie gestuurd.

Natuurlijk ben je als spreker niet verantwoordelijk voor alles wat iedereen achter je woorden wil zoeken, maar wel voor de richting die je ze uitstuurt door *wat* je zegt en door *hoe* je het zegt. Die mevrouw van Pretium Telecom had zich ook gewoon voor kunnen stellen. En als de journalist van *NRC* niet bedoelde dat de zonen van Prechal waren, dan had hij het anders moeten formuleren. Andersom bijvoorbeeld: ‘twee zoons, getrouwd met Sacha Prechal’. Zodra je communiceert met behulp van taal, heb je volop keuze. Spreken is kiezen, en kiezen is sturen. Op beide ga ik nu verder in.

## **Spreken is kiezen**

De dingen waar je met elkaar over praat hebben geen labeltjes met woorden erop. De wereld is geen *Riviera Maison*. Dat is een winkel die ooit heeft bedacht dat het leuk is om op allerlei meubelstukken en gebruiksvoorwerpen in grote letters te vermelden wat het is of waarvoor het bedoeld is. Zodat de visite eindelijk begrijpt dat die haken bij de voordeur een *KAPSTOK* zijn waaraan ze hun *JASSEN* kunnen hangen. Dat was zo’n succes dat zelfs *Blokker* het nu doet. Het beperkt je wel: ik heb thuis een kom waar *SALADE* op staat en ik kan daar echt geen yoghurt uit eten. Ook dat is de kracht van taal.

Gelukkig mag je als spreker verder zelf bepalen wat iets is. Maar die keuze is wel beperkt: je wil graag begrepen worden door de mensen om je heen en daarom is het handig om woorden te gebruiken die zij óók kennen en gebruiken. Je kan een kapstok best een jas noemen, en andersom, maar handig is het niet en het wordt al gauw een troep in de hal. Bovendien wil je niet alleen door andere mensen begrepen worden, je wil door je taalgebruik



ook laten zien dat je bij hen hoort. Er zijn dus goede redenen om de taal van je omgeving te spreken en eigenlijk kun je niet anders. Maar omdat elke taal de wereld op zijn eigen manier indeelt, maak je in communicatie gebruik van een middel – taal – dat één bepaalde visie op de werkelijkheid met zich meebrengt. Als spreker kun je je gesprekspartner met woorden in een bepaalde richting sturen, maar je wordt zelf ook gestuurd, om te beginnen al door de taal die je spreekt.

Verschillende woorden betekenen nooit hetzelfde. Dat geldt voor woorden uit verschillende talen maar ook binnen één taal. Bisschop Muskens van Breda beweerde ooit dat we God net zo goed ‘Allah’ kunnen noemen, omdat de twee woorden toch naar hetzelfde verwijzen. Dat berust op een misverstand. Een ingewikkeld misverstand in dit geval, want de vraag is natuurlijk waar die woorden dan precies naar verwijzen in de werkelijkheid. Maar dat is een theologische kwestie. Duidelijk is dat de woorden ‘God’ en ‘Allah’ niet in dezelfde contexten, door dezelfde mensen en met dezelfde bedoeling gebruikt worden. De woorden roepen iets anders op en dat wat woorden oproepen is onlosmakelijk verbonden met hun betekenis, of eigenlijk *is* het hun betekenis. Je kan dat tegenwoordig trouwens snel duidelijk maken door voor twee woorden op internet naar plaatjes te zoeken, bijvoorbeeld met Google Images. Voor de woorden ‘God’ en ‘Allah’ levert dat onvergelykbare resultaten op.

Waar dat verschil vandaan komt is in dit geval wel duidelijk: binnen de islam is het niet toegestaan om Allah af te beelden. Alleen al daarom kun je eigenlijk niet volhouden dat de woorden ‘God’ en ‘Allah’ hetzelfde betekenen. Zelfs als die twee woorden naar dezelfde ‘entiteit’ zouden verwijzen, dan nog verschilt hun betekenis. Zoals we in hoofdstuk 3 zullen zien, is de betekenis van een woord namelijk iets anders dan datgene waar het naar verwijst. Anders zou je niet kunnen verklaren waarom je op zo veel verschillende manieren over hetzelfde kan praten. En dan had Edina in de tv-serie *Absolutely Fabulous* nooit het volgende gesprek kunnen voeren met haar aan lager wal geraakte ex-man Marshall:

- So Marshall, how's the script coming?
- Well it's at a real interesting stage. A Japanese company has taken up the option to do it in animation form.
- A cartoon?
- Animation!
- A cartoon!

## Kiezen is sturen

Taal is nooit neutraal. Elk woord dat je gebruikt is een keuze uit alle woorden die je op dat moment óók had kunnen gebruiken. Het maakt voor Marshall nogal wat uit of zijn script verfilmd gaat worden als 'animatiefilm' of als 'tekenfilm'. Net als je beter 'vrijheidsstrijder' dan 'terrorist' genoemd kan worden. Het verschil is niet dat die woorden per se verwijzen naar iets anders in de werkelijkheid, maar dat ze iets anders oproepen. Dat ze de lezer of luisteraar een andere kant op sturen. Exact hetzelfde glas kan voor de één 'halfvol' zijn en voor de ander 'halfleeg'. Vlees met '30% vet' is ook '70% vetvrij'. Welke formulering je kiest wordt niet bepaald door de hoeveelheid drank in je glas of de hoeveelheid vet in het vlees, maar is afhankelijk van de conclusie die je eraan wil verbinden. Wel of niet bijschenken, bijvoorbeeld. Of het vlees wel of niet kopen.

In dat telefoontje van Pretium, daar was u natuurlijk niet ingetrapt. Maar neem nu eens de eerste zin van de advertentie op de pagina hiernaast (uit *Metro* van 4 december 2009).

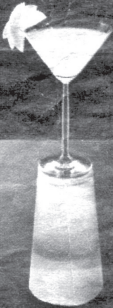
Sterke drank is niet schadelijker voor je gezondheid dan bier of wijn!

Deze mededeling had ook op andere manieren gepresenteerd kunnen worden:

Sterke drank is even schadelijk voor je gezondheid als bier of wijn!

# Nee!

**Sterke drank is niet schadelijker  
voor je gezondheid dan bier of wijn!**



Laat je niet verrassen door alcohol!  
Elke drank heeft een eigen glas.  
We noemen dat het standaardglas.  
Elk standaardglas bevat nagenoeg  
evenveel alcohol. Hoe sterker de drank,  
hoe kleiner het glas. En andersom.  
Het maakt dus niet uit welk type drank  
je drinkt, wel het aantal standaardglazen  
dat je drinkt!

**Smaak verschilt. Alcohol niet.**

DRINKWIJZER.INFO

GENIET, MAAR DRINK MET MATE

Bier en wijn zijn even schadelijk voor je gezondheid als sterke drank!

Bier en wijn zijn niet minder schadelijk dan sterke drank!

Inhoudelijk komen de vier formuleringen op hetzelfde neer, maar de laatste drie zinnen sturen in een heel andere richting dan de originele zin uit de advertentie. De drie alternatieven hebben het over de schadelijke effecten van alcohol, die evenzeer gelden voor bier of wijn als voor sterke drank. Deze zinnen suggereren dus dat overschakelen van sterke drank op bier of wijn geen zin heeft: als het om je gezondheid gaat, kun je beter andere maatregelen nemen – sowieso minder drinken bijvoorbeeld. Dat is vast een zinnig advies, maar het is niet waar de oorspronkelijke formulering in de advertentie op aanstuurt. De conclusie daarvan is namelijk dat je, als je toch drinkt, ‘net zo goed’ sterke drank

kunt drinken als bier of wijn. De formulering stuurt eerder in de richting van wél drinken dan van niet of minder drinken. Dat komt door de combinatie van een negatieve term ('schadelijk') met een ontkenning ('niet'). De schadelijke effecten worden, net als in de andere zinnen, wel genoemd, maar ze worden door het woordje 'niet' meteen onschadelijk gemaakt.

Voor een gezondheidscampagne is dat gek, maar ook al doet de advertentie z'n best om op zo'n campagne te lijken, bij nader inzien heeft de adverteerder een heel andere bedoeling. En die is wel degelijk in overeenstemming met de conclusie die volgt uit de eerste zin. Het is even zoeken, en doorklikken, via de enige afzender die genoemd wordt (drinkwijzer.org), maar dan kom je terecht bij Spirits NL, 'de branchevereniging van merkhouders van gedistilleerde dranken in Nederland'. En dan begrijp je waarom in de advertentie de werkelijkheid is geformuleerd zoals die is geformuleerd.

## **Positief en negatief sturen**

Het verschil tussen de zin uit de advertentie en de alternatieve formuleringen is het verschil tussen positief formuleren en negatief formuleren. Omdat positieve en negatieve formuleringen van dezelfde werkelijkheid verschillende conclusies met zich meebrengen, kunnen ze moeilijk samen in één tekst gebruikt worden, zoals dit nieuwsbericht uit *Het Parool* goed laat zien:

### **Bijna miljoen kijkers zien Rutte winnen**

AMSTERDAM – Nog geen miljoen kijkers hebben gisteren in gespannen afwachting van de uitslag plaatsgenomen voor de tv voor de bekendmaking van de nieuwe VVD-lijsttrekker. De rechtstreeks uitzending (...) trok gisteren 988.000 kijkers.

De werkelijkheid is in dit geval het getal van 988.000 kijkers. Hoewel, het echte aantal kijkers kan natuurlijk nooit zo'n mooi afgerond aantal zijn. Hoe dan ook, dat aantal kun je presenteren

als ‘bijna een miljoen’, maar ook als ‘nog geen miljoen’. Het is allebei waar en toch betekenen de twee formuleringen iets anders. De tekst van het bericht suggereert tegenvallende kijkcijfers, maar dat komt na de kop als een verrassing omdat die juist nogal optimistisch klonk. De kop en de eerste zin zijn allebei correcte beschrijvingen van de werkelijkheid en toch botsen ze met elkaar. De eerste stuurt in positieve richting, de tweede in negatieve richting.

Die positieve en negatieve sturende kracht van taal is een paar jaar geleden ook ontdekt door de NS. Sindsdien heeft geen enkele trein in Nederland nog vertraging. Ja vroeger, toen had een trein ‘vijf minuten vertraging’. Tegenwoordig vertrekt een trein ‘over vijf minuten’. De vondst om een stoptrein zonder wc een ‘sprinter’ te noemen komt eigenlijk op hetzelfde neer. Het verschil tussen de oude en de nieuwe formulering lijkt in beide gevallen op dat tussen ‘bijna een miljoen’ en ‘nog geen miljoen’: de nieuwe formuleringen leggen de nadruk op wat er wél gebeurt in plaats van op wat er níet gebeurt, op beweging in plaats van stilstand. Een stoptrein stopt vrij regelmatig op ‘tussengelegen stations’, maar met het woord sprinter leg je de nadruk op de korte stukjes die hij wél rijdt. Een specialist op de korte afstand. En terwijl ‘vertraging’ gaat over een trein die er nog steeds niet is, roept ‘vertrekken’ natuurlijk het beeld op van een trein die er wel zal zijn.

Als je eenmaal in de trein zit, heet vertraging tegenwoordig ook wel ‘extra reistijd’. Dat roept bij mij toch vooral herinneringen op aan een treinreis die ik ooit boekte bij de treinreiswinkel, waar men bleek uit te gaan van het principe ‘hoe langer hoe beter’. ‘Ja, u kunt met de trein ook in twee en een half uur van Wenen naar Salzburg, maar dan mist u heel veel extra reistijd.’ Dat zou zonde zijn.