

Zelfspot

*Een onderzoek naar de inzetbaarheid van zelfspot bij
het strategisch manoeuvreren in het politiek debat*



Universiteit
Leiden

Masterscriptie MA Neerlandistiek: Taalbeheersing (20 ECTS)

Faculteit Geesteswetenschappen

Inge Marée (s1558617)

Begeleider: Francisca Jungslager

Tweede lezer: Roosmaryn Pilgram

Juni 2019

16984 woorden

Inhoudsopgave

Samenvatting	3
Hoofdstuk 1. Inleiding	5
Hoofdstuk 2. Uitgebreide pragma-dialectiek	8
2.1 <i>Pragma-dialectische argumentatietheorie</i>	8
2.2 <i>Ideaalmodel van een kritische discussie</i>	9
2.2.1 De tien discussieregels	10
2.2.2 De vier discussiefasen	10
2.3 <i>Strategisch manoeuvreren als uitbreiding van het ideaalmodel</i>	11
2.4 <i>Drie aspecten strategische manoeuvre</i>	14
2.5 <i>Actietype politiek debat</i>	16
Hoofdstuk 3. Zelfspot	19
3.1 <i>Karakterisering zelfspot</i>	19
3.2 <i>Werking zelfspot</i>	23
3.3 <i>Effecten zelfspot</i>	27
Hoofdstuk 4. Methodologie	32
Hoofdstuk 5. Strategische inzet zelfspot	34
5.1 <i>Protagonist</i>	34
5.1.1 Band versterken	35
5.1.2 Nadruk leggen	38
5.1.3 Keuze suggereren	39
5.2 <i>Antagonist</i>	41
5.2.1 Band versterken	42
5.2.2 Nadruk leggen	43
5.2.3 Keuze suggereren	45
Hoofdstuk 6. Discussie en conclusie	48
6.1 <i>Discussie</i>	48
6.2 <i>Conclusie</i>	51
Bibliografie	54

Samenvatting

Dit onderzoek heeft als doel gehad om in kaart te brengen hoe het stijlmiddel *zelfspot* ingezet kan worden bij strategisch manoeuvreren in het politiek debat. Aangezien discussianten in een debat er niet alleen op uit zijn om een meningsverschil op een redelijke manier op te lossen, maar ook een retorisch succes willen behalen, zullen zij hun discussiezetten op de meest voordelige manier uitkiezen en presenteren (Van Eemeren, 2010). Door over te gaan op strategisch manoeuvreren, kan een discussiant de effectiviteit van de presentatie van argumentatie vergroten, maar binnen de grenzen van de redelijkheid blijven (Van Eemeren en Houtlosser, 1999, p.144).

Nadat het theoretisch kader met de uitgebreide pragma-dialectiek is uitgelegd, is in hoofdstuk 3 het stijlmiddel zelfspot in kaart gebracht. Hieruit is een stipulatieve definitie opgesteld: *Zelfspot is een stijlmiddel waarmee je jezelf op ironische en milde wijze het mikpunt van schertsende spot maakt, door middel van een statusverandering met als doel het veroorzaken van een humoristisch moment.*

Dit onderzoek heeft zelfspot gekoppeld aan drie mogelijke effecten die stijlmiddelen kunnen sorteren bij het presenteren van gegevens volgens Perelman & Olbrechts-Tyteca (1969). De drie effecten zijn: het versterken van een band, de nadruk ergens op leggen en een keuze opleggen (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 2069, p.172). Door deze koppeling te maken is aannemelijk gemaakt dat zelfspot ingezet kan worden bij de presentatie van argumenten tijdens het strategisch manoeuvreren. De drie effecten zijn onderzocht vanuit twee kanten, vanuit de discussiant die de argumentatie levert (protagonist) en voor de discussiant die een kritische aanval tot stand brengt (antagonist). Voor de protagonist is nagegaan hoe zelfspot ingezet kan worden om een zo effectief mogelijke presentatie van argumenten te geven binnen de grenzen van de redelijkheid. Voor de antagonist is onderzocht hoe met de inzet van zelfspot een zo effectief mogelijke aanval gepresenteerd kan worden.

Uit de theoretische analyses is naar voren gekomen dat de versterking van de band tussen protagonist en antagonist door middel van zelfspot kan leiden tot een positieve sfeer. Door een positieve sfeer zullen kritische reacties van de antagonist verminderd worden en is de kans groot dat een discussiant het

weerwoord van de tegenstander kan ondermijnen. Door die verzwakking kan de effectiviteit van de gepresenteerde argumentatie vergroot worden.

Een discussiant kan met zelfspot de nadruk ergens op leggen, door een bepaald idee naar voren te brengen in de gedachten van een luisteraar. Door de ironie in zelfspot, kan een discussiant iets anders zeggen dan dat hij daadwerkelijk bedoeld. Zo kan met zelfspot een verkapte uitspraak gedaan worden. Dit vergroot de gebondenheden van het debat. Dit draagt bij aan het versterken van de gepresenteerde argumentatie door de protagonist en aan een effectievere aanval van de antagonist.

Met de inzet van zelfspot kan een protagonist of een antagonist een keuze suggereren, door bepaalde aspecten wel te belichten en andere aspecten niet. Zelfspot stuurt de ander een bepaalde richting op, wat effectiviteit kan vergroten in het geval van mogelijk statusverlies. Doordat een protagonist zelf al iets over zichzelf zegt, kan dit de kritische reacties van de antagonist voorkomen of ondermijnen. Zo kan een protagonist met zelfspot de mogelijke kritiek omzeilen.

Met dit onderzoek is er een bijdrage geleverd aan de onderzoekstraditie binnen de pragma-dialectische argumentatietheorie waarin strategisch manoeuvreren met presentationele middelen het uitgangspunt vormt. Er is een eerste stap gezet om het stijlmiddel zelfspot een argumentatieve dimensie te geven, door het te onderzoeken binnen een argumentatief actietype.

Hoofdstuk 1. Inleiding

*“...Dat deel ik natuurlijk met mijn grote vriend professor Dijkgraaf. Ik moet overigens even zeggen dat ik voorzitter was toen hij aan het woord was. Ik kon dus niet interrumpen. Ik kon dat niet, omdat ik op dat moment voorzitter was. Misschien heeft hij dat nog wel gezien ook. **Ik was dat kleine dikke mannetje met dat matje en die krullen.**”*

De laatste dikgedrukte zin is zelfspot van politicus Graus (PVV) tijdens het parlementaire debat op 13 augustus 2015. Hij verweert zich met deze zelfspot tegen een aanval van zijn medediscussiant Dijkgraaf. Het betreft een discussie over verkeersveiligheid. Dijkgraaf heeft voorafgaand aan dit citaat kritiek geuit op de inbreng van Graus, waarop Graus reageert met zelfspot en zo zijn kritische reactie vormgeeft. Door zichzelf het mikpunt van de spot te maken, kan Graus zijn argumentatie extra kracht bijzetten zonder zijn tegenstander direct aan te vallen. Daarbij legt hij ook de nadruk op de fout die Dijkgraaf begaat in zijn beschuldiging, in plaats van op het feit dat hij dezelfde mening deelt met Dijkgraaf. Het fragment illustreert hoe een discussiant zelfspot kan gebruiken in een argumentatief actietype om bepaalde aspecten te belichten en andere naar de achtergrond te laten verdwijnen. Het politiek debat is het argumentatieve actietype dat centraal staat in dit onderzoek naar zelfspot.

Het overtuigingskarakter van het politiek debat biedt kansen om alle mogelijkheden van argumentatie te verkennen en met die reden is het politiek debat een interessant onderzoeksveld binnen de argumentatietheorie (Van Eemeren, 2010b, p. 11). Het politiek debat kan opgevat worden als een kritische discussie, waarin discussianten hopen een verschil van mening op te lossen door effectief te zijn en redelijk te blijven (Eemeren en Houtlosser, 1999). De balans houden tussen de redelijkheid en effectiviteit heet ‘strategisch manoeuvreren’. Het is een term uit de uitgebreide pragma-dialectiek van Van Eemeren en Houtlosser (1999). Een analyse van strategische manoeuvres kan gemaakt worden aan de hand van drie nauw verbonden aspecten: de keuze die een discussiant maakt uit zijn mogelijke discussiezetten (topisch potentieel), de

keuze om deze discussiezetten vorm te geven en manier waarop hij zich aanpast aan de doelgroep.

Dit onderzoek zal zich richten op strategisch manoeuvreren met zelfspot om je discussiezetten vorm te geven, ook wel een presentatiemiddel genoemd. Bij onderzoek naar presentatiemiddelen wordt onderzocht hoe een stijlmiddel een bijdrage kan leveren aan het op effectieve wijze presenteren van topische keuzes. Een onderzoek naar slechts één van de aspecten valt te rechtvaardigen, omdat elk van de aspecten bij het overtuigen van een publiek zijn eigen bijdrage kan leveren aan het doel dat iemand met het aandragen van een argument wilt bereiken. De keuze voor de ene of de andere formulering kan de handeling en haar effect in een gunstig of juist ongunstig daglicht plaatsen (Van Eemeren, 2010).

Binnen het pragma-dialectische kader zal zelfspot onderzocht worden als middel om je argumentatie te presenteren en als mogelijkheid om de effectiviteit van een discussiebijdrage, binnen de redelijkheidsgrenzen, te vergroten. De centrale vraag van dit onderzoek luidt:

Hoe kan zelfspot ingezet worden bij het strategisch manoeuvreren om argumentatie in het politiek debat zo effectief mogelijk, binnen de grenzen van de redelijkheid, te presenteren?

Er zal theoretisch gestuurd onderzoek verricht worden om een antwoord te formuleren op deze vraag. De wetenschappelijke relevantie om dit onderzoek uit te voeren, komt van de onderzoekstraditie binnen de pragma-dialectische argumentatietheorie waarin strategisch manoeuvreren met presentationele middelen het uitgangspunt vormt (Van Poppel, 2016; Snoeck Henkemans, 2005, 2008, 2017). Snoeck Henkemans (2017) onderzoekt bijvoorbeeld hoe men strategisch kan manoeuvreren met de hyperbool (ook wel: overdrijving). Daarbij bracht ze dit stijlfiguur eerst in beeld en onderzocht ze hoe deze ingezet kan worden in een argumentatief actietype om zo een bijdrage te leveren aan het vergroten van de effectiviteit in een discussie.

Ondanks dat wetenschappelijk onderzoek naar zelfspot schaars is, bestaan er de nodige onderzoeken naar dit stijlmiddel. Deze onderzoeken gaan

vaak over de inzet van zelfspot in alledaagse gesprekken (Yu, 2013; Ungar, 1984). In verschillende retorische boeken (Braet, 2007; Paul Claes & Eric Hulsens, 2015) wordt zelfspot besproken als stijlmiddel. Dit onderzoek heeft een tentatief karakter; er wordt een poging gedaan een verschijnsel te beschrijven waar eerder nog geen onderzoek naar is gedaan. Aan de hand van de verschillende literatuur over zelfspot zal het stijlmiddel gekarakteriseerd worden, om uiteindelijk een eerste stap richting de argumentatieve dimensie van zelfspot te zetten.

Het onderzoek begint met een theoretische uiteenzetting van de pragma-dialectiek en de uitbreiding van dit model met de notie strategisch manoeuvreren. Welke voordelen er met behulp van strategisch manoeuvreren te behalen zijn, hangt af van het dialectische stadium waarin de discussie verkeert. Dit onderzoek zal zich richten op de argumentatiefase. Vervolgens wordt het stijlmiddel zelfspot gekarakteriseerd. Er wordt eerst nagegaan welke definities er allemaal te vinden zijn van zelfspot om een karakterisering te maken van het stijlfiguur (§3.1). Deze paragraaf wordt afgesloten met een eerste versie van een stipulatieve definitie, die opgesteld wordt om een eenduidige definitie van zelfspot te creëren. Vanuit deze definitie zal het onderzoek verder gaan. In dit hoofdstuk wordt in paragraaf 3.2 de werking van zelfspot beschreven en de stipulatieve definitie wordt aan de hand daarvan volledig gemaakt. Tot slot volgt in paragraaf 3.3 het theoretische analysekader voor het verdere onderzoek. Hierin worden drie effecten beschreven die zelfspot kan hebben bij het presenteren van gegevens. In hoofdstuk 4 volgt de methodologie voor het verdere onderzoek van hoofdstuk 5. Hierin worden de theoretische inzichten geïllustreerd met voorbeelden uit de praktijk. Daarbij wordt het politiek debat als corpus geraadpleegd.

Hoofdstuk 2. Uitgebreide pragma-dialectiek

In dit onderzoek staat de pragma-dialectische argumentatietheorie van Van Eemeren en Grootendorst (1984, 2004) centraal. Deze theorie zal worden toegelicht in paragraaf 2.1. In paragraaf 2.2 wordt de ideale discussie besproken met de twee belangrijkste uitgangspunten: de tien discussieregels (§2.2.1) en de vier discussiefasen (§2.2.2). De uitbreiding van de argumentatietheorie met strategisch manoeuvreren staat beschreven in paragraaf 2.3, met de drie aspecten van een strategische manoeuvre in paragraaf 2.4. Tot slot wordt in paragraaf 2.5 het actietype van dit onderzoek besproken.

2.1 Pragma-dialectische argumentatietheorie

Het ontstaan van de studie naar argumentatie zoals we het nu kennen, gaat terug naar 1958. In dat jaar verschijnen er twee belangrijke werken, die van Toulmin 'The uses of arguments' en van Perelman en Olbrechts-Tyteca 'La nouvelle rhétorique'. In deze werken behandelen zij hun kritiek op de logische benadering van argumentatie. Logica zou volgens hen niet geschikt zijn als instrument om de deugdelijkheid van argumentatie in het dagelijks taalgebruik te meten. Daarnaast is het geen goed hulpmiddel voor het produceren van argumentatie. Met deze kritieken hebben zij geholpen een nieuw vakgebied tot stand te brengen, namelijk 'de argumentatietheorie' (Van Eemeren, Grootendorst, Snoeck Henkemans, 1997).

Argumentatietheoretici houden zich bezig met problemen die zich voordoen bij de analyse, beoordeling en presentatie van argumentatief taalgebruik (Van Eemeren, Grootendorst & Snoeck Henkemans, 1997, p.14). Daarbij heeft elke theorie een eigen invalshoek en doel. In de theorie van Van Eemeren en Grootendorst (1984, 2004) wordt argumentatie opgevat als een sociale activiteit binnen een communicatieproces. Dit onderzoek zal zich aansluiten bij onderzoek binnen deze benadering.

Zoals de naam al doet vermoeden, worden in de pragma-dialectische argumentatietheorie inzichten uit de studie naar taal in gebruik (pragmatiek), gecombineerd met inzichten uit de kunst van het discussiëren (dialectiek) (Wagemans, 2009, p.19). De heersende opvattingen op dit gebied beschrijven

argumentatie zoals die in de werkelijkheid plaatsvindt. De pragma-dialectische argumentatietheorie voegt hieraan een normatieve dimensie toe. Deze is erop gericht om argumentatieve teksten door middel van regels en procedures op structurele wijze te analyseren en evalueren. De pragma-dialectische argumentatietheorie is dus gebaseerd op zowel normatieve als descriptieve aspecten. Het descriptieve aspect zit in de pragmatische opvatting van argumentatie als taalhandeling met het doel overtuigen. Het normatieve aspect voegt een kritische dimensie toe aan de theorie met behulp van een redelijke beoordelaar. Deze zorgt ervoor dat er een redelijke beoordeling van argumentatie gegeven kan worden (Van Eemeren, 2010, p.19).

Van Eemeren en Grootendorst (2004) beschrijven argumentatie als onderdeel van een impliciete of expliciete discussie die het doel heeft om een verschil van mening op te lossen. Zij noemen dit een 'kritische discussie' en deze term staat centraal in hun theorie. In de volgende paragraaf wordt het ideaalmodel van deze kritische discussie uitgelegd met de twee aspecten die dit model vormgeven, namelijk de tien discussieregels en de vier discussiefasen.

2.2 Ideaalmodel van een kritische discussie

Het proces van het oplossen van het verschil van mening is vastgelegd in het ideaalmodel van een kritische discussie. Het model van een kritische discussie is volgens Van Eemeren (2010, p.4) niet ontwikkeld om de werkelijkheid te beschrijven, maar wel om inzicht te krijgen in argumentatief taalgebruik. Dit wordt gecreëerd door een theoretisch standaard die gebruikt kan worden voor heuristische, analytische en evaluerende doeleinden. De heuristische functie houdt in dat het model een analyse van argumentatief taalgebruik mogelijk maakt, door alle relevante aspecten theoretisch te kunnen duiden. De kritische functie houdt in dat aan de hand van het ideaalmodel argumentatief taalgebruik beoordeeld kan worden. Het model verschaft namelijk normen waaraan men kan toetsen in welke mate de werkelijkheid afwijkt van de meest bevorderlijke manier om het verschil van mening op te lossen (Van Eemeren, 2010, p.62).

Bij het verschil van mening zijn er binnen dit model minstens twee partijen aanwezig, namelijk de partij die het standpunt inneemt (de protagonist) en een partij die daar op zijn minst twijfels bij heeft (de antagonist). In de laatste

fase van de kritische discussie wordt (idealiter) het verschil van mening opgelost doordat een van de twee partijen overtuigd is geraakt van het standpunt van de ander.

2.2.1 De tien discussieregels

Het eerste aspect van het ideaalmodel van een kritische discussie is het nastreven van redelijkheidsnormen, die het mogelijk maken een oplossing tot stand te brengen. Deze redelijkheidsnormen vallen te omschrijven als gemeenschappelijke spelregels, die de graadmeter zijn voor de redelijkheid van de argumentatie. Ze worden gevormd door tien discussieregels waaraan discussianten zich moeten houden (Van Eemeren & Grootendorst, 2002, p.51). Elke discussieregel dient nagestreefd te worden om het verschil van mening op een redelijke manier op te kunnen lossen. (Van Eemeren & Grootendorst, 2004, p.134). Een voorbeeld van zo'n discussieregel is de verdedigingsplichtregel. Deze houdt in dat een discussiant elk standpunt dat hij naar voren brengt desgevraagd moet kunnen verdedigen.

Op het moment dat discussianten tijdens deze kritische discussie toewerken naar een oplossing van een meningsverschil en daarbij redelijkheidsnormen in acht nemen, streven zij een dialectisch doel na (Van Eemeren & Grootendorst, 2004, p.22). Het kan ook zijn dat het dialectische doel niet wordt nagestreefd, door een overtreding van één van de discussieregels. Dit noemt men een 'drogreden' en dit zorgt ervoor dat het oplossen van het meningsverschil wordt belemmerd of bemoeilijkt. Het wordt om die reden beschouwd als een onredelijke argumentatieve zet. Een analyticus kan zo met de discussieregels de redelijkheid van de argumentatie toetsen (Van Eemeren & Houtlosser, 1999, p.481).

2.2.2 De vier discussiefasen

Een tweede aspect van het ideaalmodel van de kritische discussie zijn de vier discussiefasen die doorlopen moeten worden om het verschil van mening op een redelijke manier op te kunnen lossen. Dit zijn de confrontatiefase, de openingsfase, de argumentatiefase en de afsluitingsfase (Van Eemeren & Grootendorst, 2004, p.60).

In de confrontatiefase van de kritische discussie staat het vaststellen van het verschil van mening centraal. Op het moment dat een discussiant zijn twijfel uit over het standpunt, wordt deze discussiant de antagonist. Degene die het standpunt verdedigt is de protagonist. Deze fase is noodzakelijk als basis voor de kritische discussie, ook als deze fase impliciet blijft.

In de openingsfase die daarop volgt, besluiten de partijen een poging te gaan doen om het verschil van mening op te lossen. Ze bespreken hoe ze dit willen gaan aanpakken en letten daarbij op of er genoeg gemeenschappelijke uitgangspunten zijn voor een vruchtbare discussie. Dit houdt in dat ze op bepaalde punten dezelfde ideeën delen. Een voorbeeld daarvan is dat ze overeenstemming bereiken over het idee van discussie voeren.

In de argumentatiefase wordt het eigenlijke betoog gehouden. Dit is de fase waar dit onderzoek zich op richt. De protagonist draagt hier de argumenten aan die zijn standpunt onderbouwen. In deze fase verdedigt de protagonist tegen de kritiek van de antagonist. Het expliciet maken van argumenten en het kritisch evalueren van deze argumenten vormen een belangrijk onderdeel in deze fase. Er kunnen impliciete argumenten in deze argumentatiefase zijn, maar expliciete argumenten zijn een vereiste, omdat er anders geen kritische discussie kan zijn.

In de afsluitingsfase wordt bepaald in hoeverre het verschil van mening is opgelost en indien dat het geval is, ten gunste van wie. Het oplossen kan drie uitkomsten hebben. De protagonist lost het verschil van mening in zijn eigen voordeel op als de antagonist zijn standpunt intrekt. De antagonist lost het verschil van mening in zijn eigen voordeel op als de protagonist het standpunt intrekt. Het kan in de discussiefase ook blijken dat beide partijen overgaan tot twijfelen, dan blijft het verschil van mening onopgelost.

2.3 Strategisch manoeuvreren als uitbreiding van het ideaalmodel

Eind jaren '90 werd de standaardvariant van de pragma-dialectische argumentatietheorie van Van Eemeren en Grootendorst uitgebreid met een retorische dimensie. Er werd een oplossing gezocht voor het feit dat naast het bewaren van de redelijkheid, een discussiant het meningsverschil ook het liefst in zijn eigen voordeel wil oplossen. Dit bereikt men door in de discussie ook retorische doelen na te streven. Een retorisch doel houdt in dat een protagonist

naast begrepen, ook geaccepteerd wil worden door de antagonist (Van Eemeren, 2010, p.36). De dialectische benadering, waarbij argumentatie het doel heeft om het verschil van mening op te lossen, wordt op deze manier uitgebreid met de retorisch benadering. Bij deze laatste benadering is het doel de antagonist te overtuigen van het eigen standpunt.

Van Eemeren en Houtlosser (1999, p.144) hebben de twee benaderingen samengebracht in de notie 'strategisch manoeuvreren'. De theorie van strategisch manoeuvreren benadert argumentatie vanuit het idee dat 'elke argumentatieve zet er in principe altijd op gericht is effectiviteit na te streven en redelijkheid te handhaven' (Van Eemeren, 2013, p.10). Een discussiant wil zich dus richten op het effectief uitvoeren van zijn argumentatieve zinnen, maar dient daarbij de regels van de kritische discussie in acht te nemen. Het balanceren hierin vereist dat men overgaat tot strategisch manoeuvreren. Met de introductie van strategisch manoeuvreren is het mogelijk om de pragma-dialectische benadering beter op de praktijk aan te laten sluiten. Door uit te bereiden met de retorische doelen ontstaat er een completer beeld van de argumentatieve realiteit.

Per discussiefase staan er verschillende dialectische en retorische doelen centraal die de discussiant na wil streven. Deze doelen komen voort uit de inzichten van de taalhandelingstheorie van Searle (1969). Deze theorie ziet taaluitingen als doelgerichte, verbale handelingen. Hieronder volgt een overzicht van de dialectische en retorische doelen per discussiefase naar Van Eemeren (2010, p.45).

1. Confrontatiefase

- Dialectisch doel: duidelijkheid bereiken over de proposities die ter discussie staan en de posities die de verschillende partijen innemen.
- Retorisch doel: tot een definitie van het verschil van mening komen die overeenstemt met het eigen belang van de discussiepartij.

2. Openingsfase

- Dialectisch doel: een ondubbelzinnig vertrekpunt vaststellen van intersubjectief aanvaarde procedurele en materiële uitgangspunten.

- Retorisch doel: met retorische middelen de procedurele uitgangspunten vastleggen die maken dat wordt uitgegaan van een gunstige verdeling van de bewijslast, de meest wenselijke discussieregels en materiële uitgangspunten die nuttige concessies inhouden van de andere partij.

3. Argumentatiefase

- Dialectisch doel: verschaffen van aanvaardbare argumentatie door de protagonist en duidelijke twijfel door de antagonist.
- Retorisch doel: retorisch de meest overtuigende verdediging dan wel de meest effectieve aanval tot stand brengen.

4. Afsluitingsfase

- Dialectisch doel: bepalen of en in wiens voordeel het verschil van mening is opgelost.
- Retorisch doel: bereiken dat de kritische discussie wordt opgelost in het voordeel van de eigen partij.

Strategisch manoeuvreren is belangrijk voor de totstandkoming van een oplossing voor het verschil van mening. Dit komt tot stand wanneer de retorische en dialectische doelen tegelijkertijd nagestreefd worden. Het kan echter ook zo zijn dat een strategische manoeuvre uit balans raakt, doordat een van deze doelen niet nagestreefd wordt door een discussiant. De doelen staan elkaar dan in de weg. De twee manieren waarop dit kan gebeuren, worden hieronder besproken.

Ten eerste kan het zo zijn dat een strategische manoeuvre ontspoord. Dit gebeurt wanneer de effectiviteit in een discussiebijdrage de overhand krijgt en dit ten koste gaat van de redelijkheid (Van Eemeren, 2010, p.41). De 10 discussieregels worden dan geschonden en dit staat het oplossen van het verschil van mening in de weg. Dit kan bijvoorbeeld gebeuren wanneer men in het politiek debat vrijwel geen ruimte geeft aan de ander om ergens op te reageren. Hiermee overtreed je de vrijheidsregel. Deze regel ziet erop toe dat discussianten elkaar niet beletten om standpunten of twijfel naar voren te brengen (Van Eemeren & Snoeck Henkemans, 2016, p. 94).

Ten tweede is het mogelijk dat een discussiebijdrage wel binnen de redelijkheid blijft, maar niet tot een effectieve bijdrage behoort. Er wordt dan

teveel gefocust op de redelijkheid, waardoor het effectieve doel verwaarloosd wordt. Dit wordt een retorische blunder genoemd. Dit is bijvoorbeeld het geval wanneer een discussiant een argument tegen het eigen standpunt inbrengt, maar dat argument vervolgens niet weerlegt. Dit is op te vatten als een redelijke bijdrage aan een discussie, maar is niet effectief te noemen omdat de discussiant daarmee ongewild zijn eigen overtuigingspoging verzwakt (Van Eemeren, 2010 p.41)

Wat redelijk en wat effectief is, hangt mede af van de communicatieve actietypes waarbinnen de discussie plaatsvindt. Elk type heeft weer eigen conventies en doelen (Van Haaften, 2012, p.184), hierover staat meer toegelicht in paragraaf 2.5. Dit onderzoek richt zich niet op de ontsparingen en blunders die met zelfspot begaan kunnen worden.

2.4 Drie aspecten strategische manoeuvre

De argumentatieve zetten waarmee een discussiant in de discussiefasen strategisch manoeuvreert, kunnen in drie aspecten opgedeeld worden (Van Eemeren & Houtlosser, 2002, p.139), namelijk: 1) De keuze uit het topisch potentieel, 2) de afstemming op het publiek en 3) de presentatiemiddelen.

Het topisch potentieel van een argumentatieve discussie kan omschreven worden als alle mogelijke argumenten die ingezet kunnen worden in de discussie. Uit deze verzameling van argumenten moet een discussiant een afweging maken tussen alle zetten om op die manier de meest effectieve en meest redelijke zet te kiezen. Dit zijn de zetten die relevant zijn voor het oplossen van het verschil van mening. Een discussiant zal altijd de meest gunstige opties kiezen. In de argumentatiefase is het bijvoorbeeld belangrijk om een keuze te maken uit het type argumenten die je wilt aandragen.

Het tweede aspect is de afstemming op het referentiekader van de beoogde doelgroep. De spreker dient voorafgaand aan de discussie een inschatting te maken van de voorkeuren en belangen van het publiek, zodat het standpunt en de argumenten goed aangesloten zijn. In iedere discussiefase wil de discussiant met een tegemoetkoming een gemeenschappelijkheid creëren, waardoor hij het publiek aan zijn kant kan krijgen (Van Eemeren en Houtlosser, 2002, p.140).

Het derde aspect, tevens het aspect dat in dit onderzoek centraal staat, is de keuze maken in presentatiemogelijkheden. Dit houdt het benutten van de stilistische en andere uitdrukkingsmiddelen in die het doel van de spreker of schrijver dienen (Van Eemeren en Houtlosser, 1999, p.147). De discussiant zal zoeken naar de meest effectieve manier om zijn woorden te presenteren in de discussie. Op deze manier vergroot de discussiant de effectiviteit van zijn argumentatieve boodschap. Een manier om hier een keuze in te maken, is bijvoorbeeld het impliciet of expliciet vermelden van het verschil van mening (Van Eemeren & Snoeck Henkemans, 2016, p.125). Per discussiefase verschillen de keuzes die hierin gemaakt kunnen worden. Zo is het bijvoorbeeld gunstig om in de confrontatiefase het standpunt zodanig weer te geven dat het lijkt alsof het direct acceptabel is. In de argumentatiefase kan er gebruik gemaakt worden van bepaalde stijlmiddelen om de argumenten zo aantrekkelijk mogelijk te presenteren. Dit is een van de redenen dat zelfspot in dit onderzoek als presentationeel middel opgevat wordt.

De drie aspecten hangen in sterke mate met elkaar samen, waardoor er ook wel gesproken wordt van de 'triangel van het strategisch manoeuvreren' (Van Eemeren, 2010, p.95). Elk aspect heeft invloed op de andere twee aspecten. Zo hangt de keuze voor bepaalde presentatiemiddelen bijvoorbeeld af van het publiek dat je voor je hebt. Daarnaast komen ze altijd samen voor in een strategische manoeuvre en ze komen voor in iedere argumentatieve zet.

De onderverdeling in deze drie aspecten maakt het bij de analyse van strategisch manoeuvreren duidelijker welke strategische functie een bepaalde argumentatieve zet vervult. Daarnaast wordt de analyse systematischer gemaakt met deze onderverdeling. Strategisch manoeuvreren verwijst zowel naar het uitvoeren ervan, dus het proces van keuzes maken betreffende de drie aspecten, als naar de tekstuele uitkomst van een strategische manoeuvre, het verbale product dat eruit komt. (Van Eemeren en Snoeck Henkemans, 2016, p.125). Een argumentatieve zet kan alleen een strategische manoeuvre zijn als de drie aspecten per discussiefase op een gunstige manier ingezet worden (Van Eemeren, 2010, p.93-94). Als strategische manoeuvres binnen een discussiefase systematisch op elkaar afgestemd zijn, kan er gesproken worden van een

discussiestrategie (Van Eemeren, 2010, p.46). Zo zijn er confrontatiestrategieën, openingsstrategieën, argumentatiestrategieën en afsluitingsstrategieën.

Zoals in de inleiding aangegeven, ligt de nadruk in dit onderzoek op één van de aspecten van strategisch manoeuvreren, namelijk: de presentationele middelen. Een onderzoek naar slechts één van de aspecten valt te rechtvaardigen, omdat elk van de aspecten bij het overtuigen van een publiek zijn eigen bijdrage kan leveren aan het beoogde effect. De keuze voor de ene of de andere formulering kan de handeling en haar effect in een gunstig of juist ongunstig daglicht plaatsen of nadruk geven aan een aspect van die handeling of effect (Van Eemeren, 2010). Bij onderzoek naar presentatiemiddelen kan onderzocht worden hoe een stijlmiddel een bijdrage kan leveren aan het op effectieve wijze presenteren van topische keuzes. Het belang van aandacht naar presentationele middelen komt voort uit het idee dat elke stilistische keuze een eigen betekenis tot stand brengt en geen enkele stilistische keuze een neutrale keuze is (Van Eemeren, 2010, p.120). Discussianten kiezen hun woorden op een manier dat ze zullen leiden tot het behalen van de retorische doelen. Zelfspot is een uitdrukkingmiddel dat ingezet kan worden tijdens de discussie om het doel van de spreker te dienen, namelijk: zo effectief mogelijk zijn binnen de grenzen van de redelijkheid.

2.5 Actiotype politiek debat

Om uitspraken over strategisch manoeuvreren met zelfspot te kunnen doen, speelt een corpus waarbinnen de argumentatie zich voordoet een rol. Bij onderzoek naar strategisch manoeuvreren is het van belang om het actiotype waarbinnen in kaart te brengen. Een argumentatieve context kan namelijk van invloed zijn op de na te streven dialectische en retorische doelen (Van Eemeren en Houtlosser, 2006, p.3). Een argumentatief actiotype is onderdeel van een overkoepelend domein dat verder gespecificeerd kan worden in een bepaald genre. Aan het argumentatieve actiotype kunnen vervolgens institutionele doelen en verschillende (ongeschreven) regels worden toegeschreven.

In dit onderzoek wordt zelfspot in een argumentatief actiotype onderzocht, namelijk: het politiek debat in de Tweede Kamer. Het politiek debat kan opgevat worden als een kritische discussie, met als doel het oplossen van

een verschil van mening, waarin deelnemers strategisch manoeuvreren om hun doel te bereiken. Het politiek debat valt onder politieke communicatie volgens Van Eemeren (2010, p.143) en het genre dat daarbij hoort is het genre *delibereren* (ook wel genoemd: *overleg*). In dit genre is er meestal sprake van een gemengd verschil van mening, omdat een antagonist niet alleen zijn twijfel over een standpunt uit, maar ook het tegengestelde standpunt inneemt (Van Eemeren, 2013, p.20). Er mag aangenomen worden dat politici in de rol van antagonist dus niet alleen twijfel zullen uitspreken, maar tegelijkertijd ook zullen aanvallen met hun eigen standpunt. Er zijn vaste regels waar de discussianten zich aan moeten houden. Tijdens het politiek debat zullen de discussianten zich meer richten op de overtuiging van de andere partij, in plaats van bijvoorbeeld een verkiezingsdebat waarbij juist het publiek overtuigt dient te worden (Van Eemeren, 2010, p.141).

Van elk type debat zou gesteld kunnen worden dat het uitwisselen en het kritisch toetsen van argumentatie het doel is. Door argumentatie zo kritisch mogelijk te toetsen en tegenargumenten te weerleggen, kan men tot nieuwe inzichten en oplossingen voor het verschil van mening komen. Argumentatie is daarbij noodzakelijk voor het oplossen van een verschil van mening, omdat er over veel beleidskwesties geen specifieke waarheid bestaat. Politici in de Tweede Kamer hebben vaak verschillende meningen, die verdedigd worden met bijbehorende argumenten. Door het kritisch toetsen en weerleggen van de argumenten kunnen de discussianten tot een gefundeerd besluit komen (Van Grieken, 2012, p.29-30).

In de Tweede Kamer gelden regels en conventies. Binnen het actietype politiek debat zijn er impliciete en intersubjectieve regels enerzijds, en expliciete en impliciete concessies anderzijds (Van Eemeren, 2010, p.151). Deze regels zijn expliciet opgenomen in het Regelement van Orde en zorgen voor structuur en orde gedurende de vergaderingen. Hierin staat hoe interrupties mogen plaatsvinden en hoe de deelnemende partijen met elkaar dienen om te gaan. Om het Tweede Kamer debat beter in beeld te brengen, onderscheidt Van Haften (2017, p.186) vier normen waarop in de Tweede Kamer een beroep wordt gedaan:

- (1) In het parlementaire debat dienen standpunten verdedigd te worden door het gebruik van argumenten;
- (2) In het parlementaire debat dient men respectvol en zakelijk te debatteren: er wordt op de bal gespeeld en niet op de man;
- (3) In het parlementaire debat dient men gematigd taalgebruik te hanteren, waarbij niet wordt overdreven of gepolariseerd over het onderwerp dat ter discussie staat;
- (4) Deelnemers aan het parlementaire debat hebben een voorbeeldfunctie in hun rol als volksvertegenwoordigers. Daarom dient er met respect gedebatteerd te worden.

Deze normen dient men in acht te nemen, om de discussie op een goede manier te laten verlopen. In de Tweede Kamer is er altijd een derde actieve partij aanwezig; de debatleider. De rol van de debatleider kan het best omschreven worden als die van een procesbewaker. Deze wordt ook wel gezien als een beperking in het strategisch manoeuvreren, omdat de discussianten niet zomaar alles kunnen zeggen wat zij willen en gedwongen worden niet af te wijken van het onderwerp. In de Tweede Kamer wordt dit de voorzitter genoemd en deze mag zich niet inhoudelijk bemoeien met het debat. Er is in de Tweede Kamer ook altijd een andere partij aanwezig, de publieke tribune. Dit heet ook wel het secundaire publiek.

Nu de uitgebreide pragma-dialectiek in kaart is gebracht, volgt hieronder een bespreking van het stijlmiddel zelfspot (hoofdstuk 3). Daarbij wordt het stijlmiddel eerst gekarakteriseerd (§3.1), vervolgens wordt de werking van zelfspot beschreven (§3.2) en tot slot de mogelijke effecten (§3.3).

Hoofdstuk 3. Zelfspot

Om zelfspot te onderzoeken binnen een argumentatief actietype is het allereerst van belang om een karakterisering van het stijlmiddel tot stand te brengen (§3.1). Hiervoor zijn verschillende werken geraadpleegd, namelijk: woordenboeken (Kramers Handwoordenboek Nederlands, 2004; Online Van Dale), retorische literatuur (Paul Claes & Eric Hulsens, 2015; Braet, 2007; Fahnestock, 2011; Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1969) en vakliteratuur (Ungar, 1984; Yu, 2013). Aan het einde van deze paragraaf volgt er een afweging van de belangrijkste karakterisering die leiden tot de eerste versie van de stipulatieve definitie. Na deze karakterisering staat in paragraaf 3.2 beschreven wat men met zelfspot kan bewerkstelligen. Twee vragen vormen in deze paragraaf de richtlijn: in welke situaties gebruikt men zelfspot en wat kan zelfspot doen? Tot slot volgt er in deze paragraaf een specificering van de stipulatieve definitie, waarin tevens het gebruik en het doel van zelfspot verwerkt zitten. In paragraaf 3.3 wordt zelfspot als argumentatief presentatiemiddel in kaart gebracht, aan de hand van drie algemene effecten die stijlfiguren kunnen sorteren volgens Perelman & Olbrechts-Tyteca (1969, p.172).

3.1 Karakterisering zelfspot

Bij het karakteriseren van zelfspot wordt allereerst vastgesteld dat zelfspot een stijlfiguur is (Braet, 2007). Het kan gebruikt worden om een bepaald effect bij de luisteraar of lezer te bereiken. Stijlfiguren vallen uiteen in twee categorieën: gedachtefiguren en woordfiguren (Braet, 2007, p.102). Zelfspot is daarbij een gedachtefiguur; het wordt gekenmerkt door het feit dat de inhoud en presentatiewijze van gedachten domineren, zonder dat de woordschikking en/of de klank daarbij een rol speelt (Bork et al., 2012). Zelfspot valt onder stijlfiguren in engere zin, wat inhoudt dat de uiting geen betekenis overdraagt, maar op een andere wijze afwijkt van het normale taalgebruik. Zelfspot als stijlmiddel heeft, in tegenstelling tot vele andere stijlmiddelen, geen vaste vormelijke kenmerken. Perelman en Olbrechts-Tyteca (1969, p.168) omschrijven dat er sprake is van een retorisch figuur wanneer twee karakteristieken aanwezig zijn, namelijk: een waarneembare structuur (onafhankelijk van de inhoud) en een gebruik dat

verschilt van een normale manier van uitdrukken. De meeste definities van zelfspot bezitten één van deze twee karakteristieken expliciet en de andere is impliciet aanwezig. Zelfspot verschilt van de normale manier van uitdrukken, maar de waarneembare structuur is niet expliciet beschreven. Desondanks zijn er een aantal kenmerken van zelfspot te ontdekken die dit stijlfiguur typeren en die blijken geven van vaste vormelijke kenmerken.

De definities uit (retorische-) woordenboeken lijken deels met elkaar in overeenstemming te zijn over de definitie van dit stijlmiddel. De definitie van *zelfspot* in het Kramers Handwoordenboek Nederlands (2004) luidt als volgt: 'spot met zichzelf'. *Spot* wordt in ditzelfde woordenboek omschreven als: 'het belachelijk maken van iemand of iets; scherts'. *Spot* wordt door het Etymologisch woordenboek van het Nederlands omschreven als 'schertsende humor'. Zelfspot kan hierbij opgevat worden als schertsende humor waarbij het onderwerp van de humor de persoon is die de uiting maakt. De definitie van zelfspot in de (online) Van Dale luidt als volgt: 'het de draak steken met zichzelf'.

Ungar (1984, p.124–125) heeft onderzoek verricht naar zelfspot in alledaagse gesprekken. Hij geeft van zelfspot de volgende definitie:

'Self-mockery refers to actions—including speech, gestures, contortions, antics, and expressive overtones—which treat the self with ridicule or derision.'

Uit de definitie kan opgemaakt worden dat spot zich uit in spraak, gebaren, verdraaiingen, capriolen en expressief taalgebruik. Zelfspot zou volgens zijn opvatting zowel verbaal als non-verbaal kunnen zijn. De aard van zelfspot omschrijft Ungar als toevallig en vluchtig (1984, p.125). Hiermee doelt hij op de consequenties van een uiting met zelfspot. Deze consequenties worden na het uiten meteen duidelijk en de invloed van zo een uiting heeft alleen effect op de korte termijn. Hij verheldert dit door de vergelijking te maken met *self-derogation* (zelf-afwijzing). Zelf-afwijzing gebruikt men consequenter en met meer detail. In deze tegenstelling met zelfspot ligt de vluchtige aard. Ook komt zelf-afwijzing meestal frequenter voor en daarmee bereikt een gebruiker dat mensen zich daadwerkelijk zorgen gaan maken over de uiting die iemand maakt.

Zelfspot heeft deze consequenties niet, de humoristische aard is duidelijk aanwezig.

In 'het Groot Retorisch Woordenboek' van Paul Claes & Eric Hulsens (2015, p.41) wordt zelfspot omschreven als *asteïsme*, wat 'verfijndheid' betekent. Asteïsme wordt op haar beurt weer omschreven als een elegante soort ironie of zelfironie (zelfspot) in de vorm van schijnbare kritiek in plaats van waardering. Hiermee doelen ze op een uitspraak als 'dat had echt niet gehoeven', bij wijze van dank. Het is een pragmatisch figuur, waarbij men het tegendeel bedoelt van wat men beweert. Het onserieuze blijkt dan door intonatie, mimiek, houding, zinscontext of situatie. Het verfijnde zit hem daarbij in de lichte tegenstelling tussen hetgeen bedoeld wordt en hetgeen gezegd wordt. Zelfspot is in deze opvatting dus spotten op verfijnde wijze.

Bij de definitie van *spot* in ditzelfde woordenboek staat de omschrijving '*sarcasme*'. Daarbij betekent sarcasme letterlijk 'verscheuring' en is het '*een pragmatisch figuur, bittere, bijtende spot, honende, kwetsende ironie gericht tegen personen, instellingen, uitlatingen en toestanden*' (Claes & Hulsens, 2015, p.124). Sarcasme kan net als ironie bereikt worden door het tegenoverstelde te zeggen van wat men bedoelt, maar het is scherper van toon en de houding tegenover de persoon of zaak die wordt bespot is kritischer.

Braet (2007) schrijft in zijn 'Retorische kritiek' over *zelfironie* in plaats van *zelfspot*. Zijn definitie van zelfironie luidt: *ironie of sarcasme waarbij de schrijver zichzelf tot mikpunt maakt van de spot*. Ironie wordt gezien als een vorm van spot en er bestaan daarnaast ook andere manieren om te spotten. De andere twee vormen die Braet (2007) hierbij benoemt, zijn: zelfspot en sarcasme. Volgens Claes en Hulsens (2015) is zelfspot een van de functies van ironie. De andere drie functies van ironie zijn dan: bedekt spotten, verontwaardiging en vlijmende kritiek. Uit bovenstaande definities valt op te maken dat een ironische uiting altijd omschreven wordt als een vorm van spotten, maar dat spot niet altijd ironisch hoeft te zijn. Spot wordt namelijk ook omschreven als 'sarcasme'. Het beste kan deze onderverdeling gezien worden waarin spot het overkoepelende begrip is. Men kan spotten door ironisch te zijn, maar ook door sarcastisch te zijn. Het verschil zit hem daarbij in de mate waarin de spot wordt geuit. Bij sarcastische spot is dit op een bijtende wijze en bij ironie op een milde

wijze. Hieruit kan de conclusie getrokken worden dat men zichzelf ook kan bespotten op een ironische of sarcastische wijze.

Fahnestock (2011, p.111) beschrijft het stijlfiguur 'ironie' uitvoerig in het boek *'Rhetorical Style'*, waarbij ze meerdere malen aanhaalt dat de kern van de ironie gericht kan zijn op een persoon zelf, wat gelijk te stellen valt aan zelfironie. Fahnestock (2011) schrijft dat een ironische uiting vaak gebruik maakt van andere gedachtefiguren, zoals een hyperbool, understatement of antifrased. Om hier een beeld bij te vormen, volgt per gedachtefiguur een uitleg. Quintilianus beschrijft een hyperbool als een *'tasteful exaggeration of the truth'*. Een voorbeeld hiervan is de geïroniseerde zelfvergroting van Maarten van Rossem (Rasch, 2011). Hij geeft in een lezing aan dat zelfspot een belangrijke eigenschap is van een goede spreker. In die lezing geeft hij zelf ook blijk van zijn vermogen tot zelfspot. Dit doet hij op een vergrotende manier: *"Nooit zal ik voor iemand een tekst schrijven. Ten eerste schrijf ik geen teksten, ten tweede kan niemand ze zo goed uitspreken als ik."* Aan de toon, maar ook de context valt te merken dat van Rossem de spot drijft met zichzelf. Om zelfspot te laten slagen, dienen uitspraken voor de toehoorder indicaties te bevatten die hem attent maken op de ironische bedoeling. De werkelijke betekenis kan men dan afleiden uit de context, de spreek situatie, de toon of de mimiek van de spreker. Dit is het geval geweest bij Van Rossem, want wanneer je deze zin door iemand anders laat uitspreken, verliest het zijn ironische lading.

Een understatement is het tegenovergestelde van een hyperbool, waarmee je op een spottende manier kan verkleinen of verzwakken. Een understatement kun je gebruiken om een geïroniseerde zelfverkleining te maken, je haalt je eigen kunnen naar beneden. Een klassiek voorbeeld, waarvan geen bron bekend is: *"Niemand is volmaakt en daarvan ben ik het perfecte voorbeeld."*

Ook een antifrased kan gepaard gaan met zelfspot. Dit is een stijlfiguur waarbij een mededeling geïroniseerd wordt door het tegenovergestelde te zeggen van wat men bedoelt. Bijvoorbeeld door bij een mislukking zeggen: *'daar ben ik mooi in geslaagd!'* Of als iemand zegt: *'dat heb ik goed opgelost'* wanneer hij eigenlijk gefaald heeft. De combinatie van zelfspot en deze andere stijlfiguren laat zien dat zelfspot niet geïsoleerd voorkomt als stijlfiguur.

Om verder te kunnen werken vanuit een eenduidige definitie, kan aan de hand van bovenstaande karakterisering gesteld worden dat zelfspot een specifieke vorm van spot is, gericht op de taalgebruiker zelf. Zelfspot wordt in Claes & Hulsens (2015) gelijkgesteld aan asteïsme. Verfijndheid is op zichzelf nog wel te definiëren, echter is het indelen van bepaalde uitingen van zelfspot op verfijndheid haast onmogelijk. Het lijkt daarentegen wel van belang om deze verfijndheid in een stipulatieve definitie op te nemen, omdat zelfspot vrijwel nooit een hele heftige uiting is waarmee iemand zichzelf de grond in boort. Dit kan in de stipulatieve definitie opgenomen worden als ‘milde wijze’. Het blijft een bescheiden grap, anders neigt het al snel naar de zelf-afwijzing zoals Ungar (1984) deze beschrijft. Ungar (1984) gaf aan dat zelfspot zich op vele manieren kan uiten. Dit onderzoek zal zich focussen op verbale zelfspot, dus het laat de andere expressies achterwege. De reden daarvoor is dat in dit onderzoek geanalyseerd wordt hoe zelfspot argumentatief ingezet kan worden in een talige discussie. Ironie en sarcasme zijn twee vormen van spot en daarmee dus ook vormen van zelfspot. Een uiting van zelfspot wordt vaak gevormd door ironie of sarcasme. Het zal om die reden samengenomen worden. ‘Zelfironie’ en ‘zelfspot’ zullen gelijk aan elkaar staan in dit onderzoek en in het gevolg zullen beide soorten ‘zelfspot’ genoemd worden. Een voorlopige definitie van zelfspot, gebaseerd op de karakterisering, luidt als volgt:

Zelfspot is een stijlmiddel waarmee je jezelf op ironische en milde wijze het mikpunt van schertsende spot maakt

3.2 Werking zelfspot

In deze paragraaf wordt beschreven in welke situaties men zelfspot kan gebruiken en wat zelfspot daarbij voor een functie heeft. Deze situaties zijn afgeleid van onderzoek naar zelfspot in alledaagse gesprekken (Yu, 2013 & Ungar, 1984).

Yu (2013) doet onderzoek naar zelfspot in alledaagse Engelse conversaties. Hij beschrijft daarbij twee functies die zelfspot bij interactie kan hebben, namelijk: het redden van iemand anders’ (of het eigen) aanzien en het zorgen voor gezamenlijk lachen. In beide functies geeft iemand zijn eigen zwakte

toe in relatie tot de andere spreker en geeft men aan een gevoel voor humor te hebben. Het lachen kan zowel plaatsvinden bij de zelfspotter als in de reactie hierop (Glenn, 1991). Glenn (1991) beargumenteert dat zelfspotters die zelf ook lachen, de bereidheid tot lachen tonen en daarmee anderen uitnodigen om met hen mee te lachen.

De inzet van zelfspot waarmee je het aanzien van iemand anders (of het eigen) redt, komt terug bij Ungar (1984). Ungar legt deze functie uitgebreider uit en hij omschrijft dit als een '*status altering action*', vrij vertaald: status veranderende actie. Taalgebruikers zullen zichzelf bespotten wanneer ze verkeren in een situatie die voor hen te waardig is, of juist te vernederend (Ungar, 1984). Ze gebruiken dan zelfspot als er teveel of juist te weinig van hen verwacht wordt, door kort de onserieuze versie van dezelfde activiteit projecteren. Dit doet men dan door een onderscheid te maken tussen hun 'zelf' en de rol die ze op dat moment innemen. Er kunnen volgens Ungar (1984) drie verschillende situaties onder dit brede begrip geschaard worden.

Ten eerste kan men waardigheid of status behouden, door op humoristische wijze zwaktes of fouten te laten zien. Een voorbeeld daarvan is oud-minister president Jan Peter Balkenende, die zichzelf bespotten met zijn verkregen bijnaam 'Harry Potter'. Hij poseerde naast een poster van Harry Potter, met een geschreven tekst daaronder: 'Zoek de verschillen.' Het drijven van de spot met zijn bijnaam en daarmee afstand doen van zijn status, zal het tegenovergestelde effect sorteren en juist zorgen voor statusbehoud. De naam Harry Potter wordt op deze manier een geuzennaam en daarmee ontzenuwt Balkenende deze slechte naam.

Ten tweede kan zelfspot volgens Ungar (1984) gebruikt worden om gefaalde acties lacherig weg te wuiven. Eric Wiebes noemde tijdens een overleg over het belastingplan in 2014 Carola Schouten van de ChristenUnie per ongeluk mevrouw Scholten. Toen hij zich realiseerde dat hij de naam verkeerd uitsprak, loste hij het op door te zeggen: "*dan mag u mij een keer kwibus noemen.*" Op deze manier wordt zelfspot gebruikt als zelfbescherming. Door je eigen tekortkomingen bloot te leggen op een bespottende manier, kan je tot stand brengen dat anderen zich er minder mee zullen bemoeien. In werkelijkheid bied je als spreker unieke inzichten aan het publiek, maar tegelijkertijd haal je de

waarde van de tekortkomingen naar beneden door er zelf luchtig over te spreken.

Ten derde beschrijft Ungar (1984) dat zelfspot de afstand tussen deelnemende partijen kan verkleinen. Politici hebben volgens Ungar (1984) om die reden soms een '*clownish underside*'. Hier haalt hij een interessant punt aan over mensen met een 'hoge' status en de tegenstrijdigheid die daarmee gepaard gaat. Aan de ene kant vereist een hoge status eerbied van anderen. Aan de andere kant is er de wens om anderen als gelijken te behandelen. Politici kunnen zelfspot gebruiken om deze gelijkheid te bewerkstelligen. Fahnstock (2011) schrijft daarover dat ironie een verbinding nodig heeft tussen de spreker en het publiek. Door deze verbinding kan ironie als een sociale band gezien worden. De werking van ironie berust op vleien met een elitaire positie (Braet, 2007, p.126). Met ironie verheft de spreker of schrijver, en met hem de goede verstaander, zich boven het standpunt van anders- en minder ruimdenkenden. Zelfspot zorgt hier dus voor een onderonsje tussen spreker en zijn verstaanders.

De bovenstaande drie situaties voor het gebruik van zelfspot kunnen volgens Ungar alle drie ingezet worden om het ijs te breken in interactie tussen vreemden en tussen mensen met dezelfde status (Ungar, 1984, p.127). Het effect van een ijsbreker werd al beschreven door Cicero in zijn *Ad Herennium* boek I (Chaplan, 1954, p.19). Hij schreef dat wanneer toehoorders vermoeid zijn geraakt door een lange tijd luisteren het slim is om te openen met iets dat lacherigheid veroorzaakt, bijvoorbeeld met een fabel, een karikatuur, een ambiguïteit, een overdrijving of iets onverwachts. Zelfspot kan deze lacherigheid veroorzaken. Een voorbeeld van zelfspot als ijsbreker is te vinden bij de Engelse leider van de conservatieve partij Margaret Thatcher. Zij opent een redevoering (31 januari 1976) met een reactie op haar gegeven bijnaam 'Iron Lady':

"I stand before you tonight in my Red Star chiffon evening gown. My face softly made up and my fair hair gently waved, the Iron Lady of the Western world. A cold war warrior, an amazon philistine, even a Peking plotter. Well, am I any of these things? Well yes, if that's how they ... (Laughter) ... **Yes I am an iron lady**, after all it wasn't a bad thing to be

an iron duke, yes if that's how they wish to interpret my defence of values and freedoms fundamental to our way of life.”

Deze bijnaam heeft zij te danken aan haar stugge houding tijdens politieke debatten. Ze stond namelijk niet open voor compromis tijdens het debat over de communisten en de Sovjet-Unie, waardoor men deze bijnaam aan haar gegeven heeft. Haar zelfspot vervult hier een ijsbrekers-functie, doordat ze meteen lacherigheid veroorzaakt bij haar publiek. Ze spot met zichzelf door deze bijnaam zelf te gebruiken en gaat daarna feilloos verder met een serieus onderwerp:

“And by they, I mean that somewhat strange alliance between the comrades of the Russian Defence Ministry—and our (own) [Roy Mason] Defence Minister.”

Balkende heeft deze ijsbrekersfunctie ook laten zien in zijn vergelijking met de naam Harry Potter, zoals hierboven in het voorbeeld geïllustreerd is. Hij zette zelfspot in toen hij een tentoonstelling over jeugdliteratuur in de Kunsthal in Rotterdam mocht openen. Hij begon zijn toespraak met:

“Wonderland: van Pietje Bell tot Harry Potter. Zo heet de tentoonstelling die vandaag hier in de Kunsthal van start gaat. Ik mag de tentoonstelling officieel openen. Een hele eer, maar ik vraag me wel af waarom die eer aan mij toevalt. **Zo veel lijkt ik nu toch ook weer niet op... Pietje Bell**”. (De Jong, 2012, p. 49).

De manier waarop Balkende zelfspot inzet in dit voorbeeld, is ook een ijsbreker door de humoristische wijze waarop hij begint te spreken. De twee voorbeelden laten zien wat iemand met zelfspot kan bereiken, namelijk door middel van een ijsbreker tot een statusverandering komen.

Hoe kunnen deze inzichten over statusverandering nu ingepast worden in de voorlopige definitie? Zelfspot zorgt in vrijwel alle gevallen voor een

statusverandering. Ungar (1984) beschrijft dat zelfspot gezien kan worden als een uitbreiding van de manier waarop je jezelf kan presenteren in alledaagse gesprekken. Er kan iets “gewonnen” worden met het gebruik van zelfspot (1984, p.122). Dit winnen houdt in dat het gebruik van zelfspot je iets op kan leveren. Daarbij moet een spreker wel altijd iets opgeven; een stukje van zijn eigenwaarde (Ungar noemt dit, vrij vertaald: een stukje van de heiligheid van zichzelf). Het doet op die manier dus altijd iets met je status:

Zelfspot is een stijlmiddel waarmee je jezelf op ironische en milde wijze het mikpunt van schertsende spot maakt, door middel van een statusverandering met als doel het veroorzaken van een humoristisch moment.

3.3 Effecten zelfspot

In paragraaf 3.2 zijn de verschillende manieren en functies besproken waarop met zelfspot kan gebruiken. In deze paragraaf zullen de retorische mogelijkheden van zelfspot besproken worden, aan de hand van de effecten die het stijlmiddel kan sorteren. De argumentativiteit van een stijlmiddel kan in kaart gebracht worden door het volgende citaat van Perelman en Olbrechts-Tyteca (1969, p.169):

‘We consider a figure to be argumentative, if it brings about a change of perspective, and its use seems normal in relation to this new situation.’

Ze beweren met deze uiting dat een stijlfiguur argumentatief genoemd kan worden als het bijdraagt aan een verandering van het perspectief van de toehoorder. Zodra dit niet het geval is, dient een stijlfiguur slechts als versiering van een tekst. Zelfspot kan deze perspectiefverandering tot stand brengen en dat zal hieronder beschreven worden aan de hand van drie retorische effecten. Perelman en Olbrechts-Tyteca (1969, p.172) onderscheiden drie algemene effecten die tropen en stijlfiguren bij het presenteren van gegevens kunnen hebben. Het zijn drie effecten waar stijlfiguren in onderverdeeld kunnen worden. Zij vermelden daarbij wel: *‘these terms do not represent families in which certain*

traditional figures appear as members'. De drie effecten wijzen enkel op mogelijke retorische effecten die stijlfiguren kunnen sorteren en de indeling naar de effecten is niet strikt gescheiden. Bij het presenteren van gegevens kunnen stijlfiguren een bepaalde keuze opleggen of suggereren (*figure of choice*), een band tussen de spreker of schrijver en zijn publiek tot stand brengen (*figure of communion*) of ervoor zorgen dat iets meer nadruk krijgt of meer opvalt (*figure of presence*) (1969, p.172). Aan de hand van deze drie algemene effecten zal het verdere onderzoek geschieden. Er volgt nu een beschrijving van deze effecten en hoe het stijlfiguur zelfspot dit effect zou kunnen sorteren.

3.3.1 Band tot stand brengen

De band versterken tussen spreker en zijn publiek is een effect dat tot stand kan komen op verschillende manieren. Dit kan doordat een spreker zijn publiek actief mee laat doen aan zijn bespreking, door middel van het publiek in vertrouwen te nemen, hulp te vragen aan het publiek of zich met het publiek te identificeren (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1969, p.178).

Zoals in de stipulatieve definitie gesteld, is zelfspot gericht op het veroorzaken van een humoristisch moment. Het onderzoek van Yu (2013) demonstreert hoe zelfspot door dit humoristische moment kan bijdragen aan het versterken van een sociale band. Dit heeft te maken met het gezamenlijk lachen dat zelfspot kan veroorzaken. Een voorbeeld waarbij zelfspot dit versterken van een band tot gevolg heeft, is te zien in deze reactie van Buma. Mevrouw Oudehand feliciteert hem met de overwinning en Buma zegt: *“Hartelijk dank aan mevrouw Oudehand dan en als ik meer felicitaties in ontvangst kan nemen, dan blijf ik nog even staan.”* Hij doet met deze zelfspot een beroep op zijn publiek, op humoristische wijze. Het versterken van de band heeft zo een stimulerende werking op emoties die in argumentatie worden uitgedrukt. Emoties sorteren op hun beurt het effect dat het publiek een ‘ommekeer’ ervaart, waardoor zij argumentatie anders beoordelen dan wanneer zij hun gevoelens onder controle hebben (De Jonge, 2015, p.87). Die ommekeer houdt in dat een tegenpartij minder kritisch tegenover argumentatie komt te staan (Burger, 2015, p.97). Een spreker kan zelfspot inzetten om in een gesprek de beide partijen aan het lachen te krijgen. Dit is een manier waarop humor effectief zou kunnen zijn bij

overtuiging. Door het creëren van een positieve invloed raken mensen in een goede stemming en op deze manier kunnen ze het sneller eens zijn met een persuasieve boodschap (Kuiper, McKenzie, & Belanger, 1995). Op die manier kan zelfspot bijdragen aan de vergroting van de overtuigingskracht van een persuasieve boodschap.

Onder andere door de ironische lading van zelfspot kan deze band tussen twee sprekers in een discussie versterkt worden. Fahnestock (2011) schrijft dat ironie een verbinding nodig heeft tussen de spreker en het publiek en daarmee kan het als een soort sociale band gezien worden. Zelfspot heeft het op die manier in zich de gevoelens van gemeenschappelijkheid te versterken tussen de spreker en het publiek. Met ironie verheft de spreker of schrijver, en met hem de goede verstaander, zich boven het standpunt van anders- en minder ruimdenkenden (Fahnestock, 2011). Zelfspot zorgt hier dus voor een onderonsje tussen spreker en zijn toehoorders.

3.3.2 Nadruk geven

De effecten van stijlfiguren die gerelateerd zijn aan *presence* zijn dat ze een bepaald idee naar voren kunnen laten komen in de gedachten van de luisteraar. Voorbeelden die daarbij genoemd worden door Perelman en Olbrechts-Tyteca (1969) zijn de stijlfiguren herhaling en amplificatie. Door iets te herhalen of te overdrijven, kan je bij het publiek iets benadrukken en een specifiek gevoel oproepen.

Zoals in de stipulatieve definitie gesteld, maakt men zichzelf op ironische wijze het mikpunt van schertsende spot. Met ironie zeg je het tegenovergestelde van wat je bedoelt en zo breng je een contrast aan tussen het bedoelde en het gezegde (Braet, 2007, p.57). In dit contrast liggen mogelijkheden voor een discussiant om bepaalde uitspraken toch te kunnen maken. De gebondenheden van een discussiant kunnen worden beperkt door deze ironie (Poppel, 2016, p.225). De zelfspot kan een spreker een uitweg bieden aan de vaste beperkingen en de opties van toegestane uitspraken vergroten. De spot is altijd gericht op jezelf en daarmee kan een spreker 'verkapte' uitspraken doen. Een voorbeeld daarvan is de volgende uitspraak van de heer Verhoeven (D66) in reactie op zijn tegenstander: "*Voorzitter. Ik dank de Minister voor al zijn antwoorden. Zelf ben ik*

niet zo'n stellig mens." Verhoeven legt hierbij de nadruk op zichzelf, maar doet daarmee wel een aanval op de stellingname van de andere partij. Een ander voorbeeld daarbij is dat de heer Jasper van Dijk (SP) in debat zegt: *"Dat zal ik doen, flegmatisch als ik ben."* Hiermee verlaagt hij zijn status, maar brengt hij het idee naar voren in de gedachten van de luisteraar dat hij een rustig en kalm persoon is. Dit is een voorbeeld hoe zelfspot door de ironische lading een bepaald idee in gedachten naar voren kan brengen.

3.3.3 Keuze opleggen

Het opleggen of suggereren van een keuze kan tot stand komen door bepaalde aspecten wel te belichten en andere aspecten niet. De focus ligt dan op een gunstig aspect, waarmee men ongunstige aspecten naar de achtergrond kan laten verdwijnen (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1969, p.173). Een voorbeeld die zij hierbij noemen is het stijlfiguur *praesumptio* (prolepsis of verwachting) (p.174). Dit stijlfiguur kan gerelateerd aan keuze zijn, wanneer het doel is te hinten op een specifieke kwalificatie. Daarmee wordt al het andere naar de achtergrond geplaatst en zo roept het minder snel kritische vragen oproept. Zij geven de volgende zin daarbij als voorbeeld: *'Although that was not a punishment, but merely a prevention of crime.'* In dit voorbeeld wordt door de spreker zelf al gezegd wat de daad niet was, waarmee de spreker als het ware een bepaalde richting opstuurt.

Zoals in de stipulatieve definitie gesteld, zorgt zelfspot er altijd voor dat er iets met je status verandert. Zelfspot kan met een statusverlaging kritische opmerkingen ondermijnen, doordat daarmee zelf al je fouten aangehaald worden. Zo kan een discussiant met een statusverlaging zelf al bepaalde aspecten belichten. Een voorbeeld daarvan is door middel van je zwakke kanten te benoemen, zoals Van Weyenberg (D66) dat doet: *"Ik kan het bij één laten. Ik ga proberen het bij mekaar te houden. U hebt het al zo streng ingedeeld dat ik mijn best ga doen tot bondigheid; dat is overigens niet mijn sterkste kant."* Hij bespot zichzelf en legt daarbij de nadruk op zijn zwakke plek. Daarmee stuurt hij de toehoorders al een bepaalde richting op of neemt hij de woorden van iemand anders uit de mond.

Nu de drie algemene effecten van Perelman en Olbrechts-Tyteca (1969) gekoppeld zijn aan zelfspot, volgt in hoofdstuk 4 eerst de methodologie voor het verdere onderzoek. In hoofdstuk 5 die daarop volgt zal aan de hand van deze drie effecten onderzocht worden hoe zelfspot ingezet kan worden in de argumentatiefase van een kritische discussie.

Hoofdstuk 4. Methodologie

In dit hoofdstuk wordt de werkwijze voor het verdere onderzoek uiteengezet. Om een antwoord te formuleren op de onderzoeksvraag: *Hoe kan zelfspot ingezet worden bij het strategisch manoeuvreren om argumentatie in het politiek debat zo effectief mogelijk, binnen de grenzen van de redelijkheid, te presenteren?* is een theoretisch gestuurd onderzoek verricht.

De analyse is begonnen met een theoretische uiteenzetting van de mogelijkheden van strategisch manoeuvreren in de argumentatiefase van een kritische discussie. In de argumentatiefase van een kritische discussie streeft een discussiant de volgende doelen na: redelijke en effectieve presentatie van de argumentatie en kritische reacties (Van Eemeren, 2010, p.97). Het onderzoek is gesplitst in deze twee retorische hoofddoelen, dus: een zo effectief mogelijke presentatie van de argumenten en een zo effectief mogelijke presentatie van de kritische reactie. Dit zijn respectievelijk de mogelijkheden voor de protagonist om zelfspot in te zetten in de argumentatiefase en de mogelijkheden voor de antagonist.

De inzichten uit de theorie zijn vervolgens per effect ondersteund door middel van praktijkvoorbeelden. De voorbeelden voldoen aan de stipulatieve definitie die opgesteld is aan het einde van hoofdstuk 3. De praktijkvoorbeelden zijn vergaard via de website van de officiële bekendmakingen uit de Tweede Kamer (www.officielebekendmakingen.nl). Bruikbare voorbeelden zijn daaruit gefilterd door de zoekterm 'hilariteit' te gebruiken. De notulist in de Tweede Kamer schrijft bij elk debat '(hilariteit)' wanneer er in de Tweede Kamer gelachen wordt. Op deze manier zijn alle humoristische momenten van de afgelopen jaren langsgelopen (2004 - 2019) en zijn de zelfspotuitingen die voldoen aan de stipulatieve definitie per effect verdeeld. Er is gezocht naar fragmenten waarin een politicus hilariteit veroorzaakt door zichzelf te bespotten. Uit die voorbeelden is een selectie gemaakt van fragmenten die kunnen illustreren wat er in de theorie uiteengezet is. Per retorisches effect zullen er één of twee voorbeelden ter illustratie gegeven worden.

Het onderzoek richt zich op zelfspot als presentatiemiddel. Hoewel de drie aspecten van een strategische manoeuvre niet strikt gescheiden zijn, is dit

onderzoek gericht op zelfspot als middel waarmee je je uitingen vorm kan geven. Om die reden is ervoor gekozen om het onderzoek uit te voeren aan de hand van de drie effecten die stijlfiguren kunnen hebben bij het presenteren van gegevens volgens Perelman en Olbrechts-Tyteca (1969). De mogelijkheden om zelfspot retorisch te kunnen gebruiken, zijn beschreven in hoofdstuk 3. Zelfspot kan een band tot stand brengen door het sociale karakter dat het heeft. Zelfspot kan de nadruk ergens op leggen, onder andere doordat je met ironie iets anders zegt dan dat je daadwerkelijk bedoelt. En tot slot kan met de inzet van zelfspot een keuze opgelegd of gesuggereerd worden door de statusverandering die met zelfspot gepaard gaat.

Allereerst is per effect beschreven hoe zelfspot daar ingezet kan worden om een bijdrage te leveren aan effectieve presentatie van de argumentatie en de kritische reactie, binnen de grenzen van de redelijkheid. Hoe kan zelfspot, met het oog op de karakteristieken, ingezet worden bij het strategisch manoeuvreren in het politiek debat?

Hoofdstuk 5. Strategische inzet zelfspot

In dit hoofdstuk wordt op theoretische basis uiteengezet hoe zelfspot ingezet kan worden bij het strategisch manoeuvreren in de argumentatiefase van een kritische discussie. De theoretische basis die in hoofdstuk 3 is gelegd, is hier onderzocht in het kader van het strategisch manoeuvreren. Er is nagegaan hoe discussianten met zelfspot zo effectief mogelijk argumenten kunnen presenteren, terwijl ze binnen de grenzen van de redelijkheid blijven. De voorbeelden die ter illustratie staan, zijn vergaard uit het politiek debat.

In de argumentatiefase van een kritische discussie vindt het daadwerkelijke betoog plaats. De protagonist draagt hier de argumenten aan die zijn standpunt onderbouwen. In deze fase verdedigt de protagonist ook tegen de kritiek van de antagonist. Het expliciet maken van argumenten en het kritisch evalueren van deze argumenten vormen een belangrijk onderdeel in deze fase. Het dialectische doel in deze fase is het verschaffen van aanvaardbare argumentatie door de protagonist en duidelijke twijfel door de antagonist. Het retorische doel is de meest overtuigende verdediging dan wel de meest effectieve aanval tot stand brengen. Het hoofdstuk is aan de hand van deze twee onderdelen ingedeeld.

In paragraaf 3.3 is beschreven hoe stijlmiddelen bij de presentatie van gegevens drie retorische effecten kunnen sorteren. Daarbij is nagegaan hoe de karakteristieken en werking van zelfspot deze drie retorische effecten kunnen sorteren. Zelfspot kan een band benadrukken, de nadruk ergens op leggen en een keuze opleggen of suggereren. Nu eerst volgen de drie effecten met mogelijkheden in de argumentatiefase voor de protagonist.

5.1 Protagonist

Een protagonist probeert in de argumentatiefase te zorgen voor een zo effectief mogelijke presentatie van zijn argumentatie, binnen de grenzen van de redelijkheid, om zijn standpunt te onderbouwen. Dit kan hij bijvoorbeeld doen door zijn argumenten zo te presenteren dat bepaalde vormen van kritiek minder snel bij de tegenstander op zullen komen.

5.1.1 Band versterken

Het versterken van de band tussen een spreker en zijn publiek is één van de retorische effecten die een stijlmiddel kan sorteren. Deze band kan in het politiek debat op verschillende manieren ontstaan; wanneer de antagonist zich kan identificeren met de protagonist, door de antagonist in vertrouwen te nemen of door de antagonist om hulp te vragen (Perelman en Olbrechts-Tyteca, 1969, p.178). Ook kan deze band tot stand komen door het gezamenlijk lachen dat een zelfspotuiting kan veroorzaken en door de achtergrondkennis die nodig is om een ironische uiting te begrijpen.

Ten eerste kan het veroorzaken van een humoristisch moment met zelfspot bijdragen aan een versterking van de band. Wanneer er in het politiek debat een sterkere band tot stand is gekomen tussen protagonist en antagonist, kan de argumentatie om een standpunt te verdedigen effectiever worden. Door een sterke band zullen er minder snel kritische reacties uitgelokt worden. Dit komt doordat de antagonist een 'ommekeer' kan ervaren na het gezamenlijk lachen (Burger, 2015, p.97) en zal daardoor minder sterk in zijn twijfel staan. De kritische reactie van de antagonist zal op deze manier verzwakt kunnen worden of zelfs helemaal uitblijven. Dit komt doordat deze 'ommekeer' ervoor kan zorgen dat de antagonist de argumentatie van de protagonist sneller zal aanvaarden. De band die tot stand komt door middel van zelfspot nodigt dan minder uit tot kritische reacties.

Ten tweede kan het sociale karakter van zelfspot ervoor zorgen dat de antagonist zich zal identificeren met de protagonist. Dit kan tot stand komen doordat de zelfspot gericht is op een statusverlaging van de protagonist. Daarmee kan een protagonist ervoor zorgen dat hij de antagonist minder kritisch maakt tegenover zijn eigen argumentatie. Dit kan de protagonist doen om de band met zijn antagonist te versterken, in de hoop dat zijn argumentatie dan beschermd wordt tegen kritische aanvallen van de antagonist. Het in vertrouwen nemen van de antagonist of de antagonist om hulp vragen kan met zelfspot ook de effectiviteit van een aanval vergroten. Door het bespotten van zichzelf kan de protagonist een statusverlaging geven, waarmee hij zichzelf toegankelijker opstelt voor de antagonist. Ook het vragen om hulp kan met zelfspot de

toegankelijkheid vergroten. Deze mogelijkheden met zelfspot zullen allemaal bijdragen aan een vermindering van kritische reacties van de antagonist.

Twee voorbeelden kunnen ter illustratie dienen. Het eerste voorbeeld van het versterken van de band is gehaald uit een debat van 28 maart 2019. Het is een fragment waarin zelfspot ingezet wordt om de band met de antagonist te benadrukken. De protagonist in dit voorbeeld is Van Meenen (D66). Het is in dit geval nog niet duidelijk wat de argumenten van Van Meenen zullen zijn. Het is een voorbeeld van de argumentatiefase, omdat hier argumenten aangedragen worden. Van Meenen vervolgt zijn betoog met het pleiten voor een extra debat over de wet op beroepen. De voorzitter geeft Van Meenen het woord:

(1) De voorzitter: “Dank u wel. Dan geef ik nu het woord aan de heer Van Meenen namens D66. Ik weet niet wat u gaat vragen, maar de heer Beertema staat al klaar.”

De heer Van Meenen: “Ik wilde op deze manier vragen of de heer Beertema verkering met me wil.”

(Hilariteit)

De voorzitter: “Wat is uw antwoord, meneer Beertema?”

De heer Beertema: “Mijn antwoord is: nee.”

De voorzitter: “Ah. Hè, dan heeft u weer een blauwtje gelopen, meneer Van Meenen.”

De heer Van Meenen: **“Ik blijf het proberen.”**

De zelfspot wordt in dit voorbeeld in de laatste zin geuit. Zijn uiting ‘ik wilde op deze manier vragen of de heer Beertema verkering met de wil’ levert gelach op in de Tweede Kamer. Het voorbeeld illustreert hoe zelfspot zorgt voor gezamenlijk lachen. De protagonist maakt zichzelf belachelijk en deze statusverlaging draagt bij aan het creëren van toegankelijkheid tegenover de antagonist. Het benadrukken van de sociale band voordat de presentatie van de argumenten komt, kan de effectiviteit vergroten. Op die manier is het mogelijk dat de kritische reacties van de antagonist verminderd worden.

Het bovenstaande voorbeeld (voorbeeld 1) illustreert in eerste instantie niet wat deze uiting kan betekenen voor de band met de andere aanwezigen. Een

protagonist kan in het politieke debat ook de band versterken met zijn secundaire publiek, wat kan bijdragen aan een positieve sfeer in de gehele Tweede Kamer. Dit kan de protagonist tevens bewerkstelligen door te zorgen dat het publiek zich identificeert met hem, door anderen in vertrouwen te nemen of door anderen om hulp te vragen. Dit kan geïllustreerd worden met het volgende voorbeeld uit de argumentatiefase op 26 februari 2019. In het onderstaande geval (voorbeeld 2) is te zien hoe de protagonist een band schept tussen zichzelf en het publiek. Het is tevens zelfspot van Van Meenen (D66). In het voorbeeld betreft hij het publiek in zijn betoog, wat ervoor kan zorgen dat het publiek zich met hem identificeert:

(2) De heer Van Meenen: “Voorzitter. Dit is voor mij een ontzettend leuk moment, nog even afgezien van de verwarde oude man die hier net stond.

[Hilariteit]

Op de tribune — ik zeg het toch eventjes, voorzitter — zitten vijftien klasgenoten van mij van de kleuterschool en de lagere school. Kijk, daar zijn ze. Ze mogen zich niet ermee bemoeien, maar het is toch wel apart. **Allemaal verwarde oude mensen, net als ik.**”

De voorzitter: “Gaat uw gang. Uw tijd loopt.”

De heer Van Meenen: “Voorzitter. Ik heb een motie en die luidt als volgt.....”

De eerste uiting van protagonist Van Meenen: “verwarde oude man die hier net stond” slaat terug op het voorval met de heer Beertema (PVV) die de motie niet goed begreep, daardoor kort de fout in ging en voor verwarring zorgde. Vervolgens verwijst Van Meenen naar het publiek, waar bekenden van hem zitten. Tot slot maakt hij de opmerking dat hij, net als de mensen uit het publiek, ook een verward oud mens is. Hij verkleint daarmee de afstand tussen zichzelf en de mensen op de tribune en dit zou kunnen bijdragen aan een grotere effectiviteit van zijn te presenteren argumentatie. Door in te spelen op het groepsgevoel en zichzelf ook te bespotten als een verwarde oude man, zorgt Van Meenen ervoor dat het publiek zich met hem kan identificeren. Op die manier

kan de protagonist zorgen voor een positieve sfeer in de gehele Kamer, waaronder ook de antagonist.

5.1.2 Nadruk leggen

De nadruk leggen op een bepaald aspect is het tweede retorische effect dat een stijlmiddel kan sorteren. Met de inzet van zelfspot kan de protagonist een bepaald onderwerp naar voren laten komen in de gedachten van de antagonist. Dat kan op verschillende manieren een bijdrage leveren aan de effectiviteit van de discussiebijdrage.

De protagonist kan met zelfspot zijn argumenten zo proberen te formuleren dat bepaalde vormen van kritiek minder snel bij de antagonist op zullen komen. Op die manier kan een discussiant de argumentatie in een voor hem gunstige vorm op tafel krijgen. De strategisch functie die zelfspot hierbij kan spelen, is dat zelfspot iets kan presenteren als een gemeenschappelijk aanvaard uitgangspunt. Het presenteren van een argument alsof het een algemeen aanvaard uitgangspunt is, kan zorgen voor een verminderde uitnodiging tot kritische reacties. Met zelfspot kan een spreker uitspraken maken die niet letterlijk geïnterpreteerd dienen te worden. Door het onderscheid te maken tussen hetgeen gezegd wordt en hetgeen bedoeld wordt, kan een spreker verkapte uitspraken maken. De ironische lading die zelfspot heeft, kan tot stand brengen dat iets gepresenteerd wordt als een humoristisch bedoelde uitspraak, met een kern van waarheid. Door de ironie kan een protagonist het ook rechtvaardigen om een uitspraak te doen, omdat de antagonist meestal op de hoogte is van de ironische lading. De gebondenheden aan de discussie worden op die manier beperkt (Poppel, 2016, p.225).

Een voorbeeld waarin zelfspot de nadruk op bepaalde aspecten legt, waarmee je iets kan presenteren als een gemeenschappelijk aanvaard idee, is te zien in voorbeeld 3 uit een debat van 15 maart 2016. Het is een voorbeeld waarin Wilders (PVV) op ironische wijze zijn eigen status vergroot, om daarmee zijn compliment richting de premier af te sluiten:

(3) “Voorzitter. Dit is een belangrijk debat. Maar staat u mij toe om met twee felicitaties te beginnen. Ten eerste aan de premier. Ik heb gisteren

geweldig gelachen. Hij stond er met lef. Het was gedurfd. Het was fantastisch. Ik geef hem oprecht een compliment. **Ik zal er een hele kluiif aan hebben om hem volgend jaar te overtreffen.”**

De protagonist in voorbeeld 3 zet zelfspot in om ironisch aan te geven wat hem te doen staat als hij volgend jaar zelf verkozen wordt tot premier. Door deze zelfspot presenteert hij dit argument alsof het algemeen bekend is. Zo kan het een idee scheppen in de gedachten van de luisteraar. Zelfspot biedt zo een kans een idee in de gedachten van de antagonist te prenten. Hij vertelt het als een ironisch bedoelde grap, maar dat neemt niet weg dat er een kern van waarheid in deze uiting kan zitten.

5.1.3 Keuze suggereren

Het opleggen of suggereren van een keuze kan tot stand komen door bepaalde aspecten van een argument wel te belichten en andere aspecten niet. Een protagonist heeft hiermee de mogelijkheid te focussen op gunstige aspecten van zijn argumentatie, in plaats van op argumenten waar hij verwacht kritiek op te krijgen.

Zelfspot ingezet door een protagonist kan tot stand brengen dat een antagonist een keuze eerder zou kunnen overwegen. Zoals gesteld in de stipulatieve definitie, doet zelfspot in vrijwel alle gevallen iets met je eigen status. Je levert op die manier altijd een stukje eigenwaarde in (Ungar, 1986) om een humoristisch moment te creëren. Het suggereren van een keuze biedt mogelijkheden wanneer zelfspot gebruikt wordt om je status te behouden. Statusbehoud kan zich in het politiek debat voordoen wanneer een deelnemer de draad van het betoog kwijtraakt. De spot kan men dan richten op een gunstig aspect van de argumentatie, in plaats van op de gemaakte fout. Zo kan de protagonist zijn status behouden en tegelijkertijd effectief zijn. Zelfspot kan door dit effect kritische opmerkingen verminderen, doordat je zelf je zwaktes al belicht. Zo neemt een protagonist de woorden van de antagonist uit de mond en geeft zelf zijn fout al toe. Er is een mogelijkheid dat de antagonist dan vanzelf minder kritisch tegenover de argumentatie van de protagonist staat. Kritische reacties zullen mogelijk uitblijven.

Voorbeeld 4 is een fragment met zelfspot van 13 februari 2014. Het is zelfspot van Staatssecretaris Teeven in de argumentatiefase. Het voorbeeld illustreert hoe een protagonist zelfspot inzet en daarmee meteen al toegeeft dat hij fout zit. Hij doet daarmee een bewering over zichzelf:

- (4) “Ik kom te spreken over een onderwerp waarvan ik heus wel besef dat ik een beetje op een hellend vlak zit. Mevrouw Helder en de heer Van der Steur weten waarschijnlijk al wat ik ga zeggen. Ik doel op de verschijningsplicht. Ook mevrouw Van Toorenborg heeft hier iets over gezegd. Andere leden hebben er net weer iets anders over gezegd. Ik doe de verschijningsplicht net iets anders dan de wijze waarop het in de motie wordt gevraagd. **Ik doe het eigenlijk niet; daar komt het feitelijk een beetje op neer.**”

Hij geeft eerst aan dat hij het iets anders aanpakt dan de anderen en vervolgens geeft hij toe dat hij het gewoon niet doet. Op deze manier scheidt hij wel eerst het idee dat hij zich gaat verdedigen, maar maakt vervolgens met zelfspot duidelijk dat hij dit niet gaat doen. De protagonist kan met de poging proberen de kritische reacties van de antagonist te vermijden, door zelf al kritisch tegenover zichzelf te staan. Hij neemt op deze manier de woorden uit de mond van de antagonist en kan daarmee verwachte kritiek omzeilen. De inzet van zelfspot maakt het na dit statusbehoud mogelijk de effectiviteit van deze discussiebijdrage te vergroten.

Ter illustratie kan ook voorbeeld 5 van Kees van der Staaij (SGP) op 13 november 2012 dienen. Het fragment is een stukje debat waarin partijen de kans krijgen om hun mening te uiten over de nieuwe manier van regeren. Van der Staaij begint zijn inbreng met zijn visie op het sociaal beleid, waarin hij een vergelijking maakt met het kabinet-Van Agt/Den Uyl en een uitspraak van Wiegel destijds op 17 november 1981. Van der Staaij wil niet dat dit kabinet dezelfde fout begaat als in het verleden en levert voor dit standpunt hier zijn argumentatie. Tegen het einde zorgt hij voor gelach in de Tweede Kamer, aangezien hij ineens beseft dat hij niet goed voorbereid is:

(5) “Dit nieuwe kabinet is aangetreden in moeilijke tijden, in crisistijd. Beide partijen, PvdA en VVD, hebben de verkiezingsuitslag zonder morren opgevat als een veroordeling tot elkaar. Er zijn snel knopen doorgehakt, maar de haastige spoed was niet altijd goed.”

“Ik dacht: als ik mijn verhaal ga houden, is het al een eind op de avond. Het valt allemaal niet mee om bij de les te blijven, dus ik had in de kantlijn staan: nu een krachtig citaat van Wiegel.

[gelach]

Ik heb het gevonden. Een niet onvermaard erelid van de VVD, de heer Wiegel, sprak eens de volgende woorden: “Ik heb de indruk dat het kabinet, voordat het van start is gegaan, door eigen toedoen al fors is beschadigd. Het is de vraag of het ooit het gezag zal krijgen dat een regering in deze juist zo moeilijke tijd broodnodig heeft.” Dat is een pittig citaat. Ik zal het nog één keer herhalen: “Ik heb de indruk dat het kabinet, voordat het van start is gegaan, door eigen toedoen al fors is beschadigd. Het is de vraag of het ooit het gezag zal krijgen dat een regering in deze juist zo moeilijke tijd broodnodig heeft.” Ik citeer het geen derde keer, want het is doorgekomen.”

Er is in voorbeeld 5 sprake van zelfspot waarmee de protagonist zijn status wil behouden. Van der Staaij redt met deze zelfspot de kracht van de rest van zijn betoog. Hij geeft toe dat hij onvoorbereid staat te spreken en zorgt daarmee voor een humoristisch moment. Het is mogelijk dat hij door de zelfspot al een verweer biedt tegen kritische reacties op zijn misser. Deze zelfspot geeft vervolgens het citaat van Wiegel extra aandacht. Hij herhaalt de uitspraak vervolgens nog een keer, om het nog extra kracht te geven. De inzet van zelfspot draagt bij aan het vergroten van de effectiviteit van deze discussiebijdrage.

5.2 Antagonist

Hoe kan zelfspot door de antagonist ingezet worden om kritische reacties, binnen de grenzen van de redelijkheid, effectief te presenteren? De antagonist zal in de argumentatiefase proberen een zo sterk mogelijke twijfel te uiten om het standpunt van de protagonist aan te vallen (Van Eemeren, 2010, p.45). Een

antagonist is in het politiek debat degene die twijfel uitspreekt en vaak ook een tegenovergesteld standpunt inneemt. Als hij het tegenovergestelde standpunt inneemt wordt hij op zijn beurt protagonist van dat standpunt. Deze twijfel en inname van het tegenovergestelde standpunt uit zich in een kritische reactie. De mogelijkheden van zelfspot om kritische reacties op een protagonist zo effectief mogelijk weer te geven, worden nu beschreven aan de hand van de drie effecten.

5.2.1 Band versterken

De band versterken kan voor een antagonist voor een deel dezelfde werking hebben als voor de protagonist. Dit kan ook tot stand komen door zich te identificeren met de protagonist, door de protagonist in vertrouwen te nemen en door de protagonist om hulp te vragen (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1969, p.178). Deze drie manieren kunnen de effectiviteit van een kritische reactie groter maken, door de band die er mee tot stand komt. Zo heeft een antagonist ook baat bij het gezamenlijk lachen, omdat de kans dan groot is dat een protagonist een ommekeer ervaart.

Het verschil in mogelijkheden tussen de protagonist en de antagonist zit in het feit dat de kritische aanval van een antagonist gevormd wordt in reactie op de argumentatie van de protagonist. Het versterken van de band met de protagonist kan voor de antagonist bijvoorbeeld nodig zijn wanneer de protagonist zijn argumenten sterk gepresenteerd heeft of wanneer de antagonist geen goed weerwoord heeft op de argumentatie van de protagonist. Zelfspot kan dan ingezet worden om een humoristisch moment te veroorzaken naar aanleiding van de argumentatie van de protagonist, wat kan leiden tot een positieve sfeer en zo de aanval kan versimpelen.

Een voorbeeld ter illustratie van het versterken van de band door de antagonist is te vinden bij de minister van Volksgezondheid, welzijn en sport Edith Schippers op 19 februari 2014. Het is een fragment uit het politiek debat waarin de antagonist niet sterk in haar weerwoord staat, doordat ze de tekst is vergeten. Ze weet niet meer wat het standpunt is dat zij inneemt ten opzichte van deze vraag en kan daarom geen argumentatie leveren. Het betreft een vraag over levensbeëindiging:

(6) “Ik kom op de levensindekliniek. Mij is gevraagd of ik een rol zie voor de levensindekliniek ten aanzien van kennisoverdracht. Ik heb op mijn papier heel veel antwoorden staan, maar niet op deze vraag. Ik vraag dus aan mijn ambtenaar ter rechterzijde: **kun je even aangeven of ik daarin een rol zie?**”

De antagonist zet zelfspot in om haar kritische reactie vorm te geven. Ze zorgt voor afleiding en de situatie wordt humoristisch gemaakt. Op een humoristische manier brengt zij zichzelf in contact met haar ambtenaar. Ze stelt zichzelf daarbij kwetsbaar op, waardoor de anderen zich wellicht met haar kunnen identificeren. Doordat het publiek zich met haar kan identificeren, kan de zelfspot die zij hier inzet de effectiviteit van de kritische aanval versterken.

5.2.2 Nadruk leggen

De antagonist kan in de argumentatiefase met zelfspot zorgen dat een bepaald idee naar voren gebracht wordt in de gedachten van de protagonist. Dit geldt zowel voor de protagonist als voor de antagonist. De antagonist kan met zelfspot inhaken op een bepaald aspect van wat de protagonist gezegd heeft om zo zijn eigen aanval te versterken en de argumentatie van de protagonist te ondermijnen. Dit komt door de mogelijkheden die het ironische karakter van zelfspot biedt. Zelfspot kan een idee in gedachten van de ander naar voren brengen, doordat je er iets anders mee kan zeggen dan dat je daadwerkelijk bedoelt. In hetgeen gezegd wordt met de zelfspot, kan dan een kern van waarheid of een argument schuilgaan.

Ter illustratie van deze presentatie van een argument met zelfspot, kan de zelfspot van Dijkhoff (VVD) in voorbeeld 7 dienen. Op 16 oktober 2018 doet Jesse Klaver (GroenLinks) een voorstel om dezelfde dag nog het meerderheidsdebat over het afschaffen van de dividendbelasting te voeren. Daarop reageren verschillende partijen en Dijkhoff neemt daarbij het standpunt in dat hij het debat liever morgen voert:

(7) “Steun voor het verzoek. Ik laat aan u de keus of het morgen of vandaag is. Alleen morgen ... Wij hebben wel te maken met een Europese top die

dit keer een agenda heeft waarbij Nederland echt fris en goed en op tijd vertegenwoordigd moet zijn, denk ik. **Ik heb niet zo'n probleem met een korte spreektijd en weinig interrupties, maar anderen waarschijnlijk wel.**"

De protagonist gebruikt in dit geval de zelfspot om zijn standpunt van argumentatie te voorzien. De argumenten die zijn standpunten ondersteunen zijn daarbij dat men wel gebruik gaat maken van lange spreektijden en veel interrupties en het debat daarom beter morgen gevoerd kan worden. Door zichzelf het mikpunt van de spot te maken, creëert de antagonist hier een gunstige positie voor zichzelf. Het is duidelijk een ironische uiting, maar hij kan daarmee wel proberen voor elkaar krijgen wat hij wil bereiken, namelijk: dat het debat verplaatst wordt naar de tijd waarop hij zelf wil. Door zelfspot in te zetten kan de kritische reactie op deze manier effectiever worden binnen de grenzen van de redelijkheid.

Ter illustratie kan ook voorbeeld 8 dienen, het is een fragment uit het eindverslag van de informateur op 17 mei 2017 en de zelfspot is van Lodewijk Asscher (PvdA). Mark Rutte (VVD) levert tijdens het eindverslag in de Tweede Kamer kritiek op de handelingen van Wilders (PVV). Hij is het er niet mee eens dat Wilders het belang van de PVV-kiezers boven het landelijke belang stelt. Na het nodige rumoer en geroffel na het spreken van Wilders, hervat Rutte zich met de volgende woorden:

(8) De heer Rutte: "Ik richt mij via de heer Wilders rechtstreeks tot anderhalf miljoen PVV-kiezers. Met hen zal ik inderdaad bij iedere gelegenheid het gesprek aangaan. Dit is een mooie gelegenheid die de heer Wilders mij biedt. Ik ga nu in mijn antwoord namens 2,3 miljoen VVD-kiezers rechtstreeks de dialoog aan met anderhalf miljoen PVV-kiezers. Mijn boodschap is de volgende..... En dat van de voorman van de partij waar die 1,5 miljoen kiezers op gestemd hebben. Ik houd die kiezers dus voor dat er een alternatief is om op te stemmen, namelijk mijn eigen partij.."

De heer Asscher: "**Voorzitter, ik spreek hier niet namens miljoenen Nederlanders** maar ik kan u wel melden dat ik klaar ben met het

gekibbel over de echtscheiding uit 2012. Ik denk dat dit voor veel van de 17 miljoen Nederlanders geldt.”

De antagonist (Asscher) presenteert in dit voorbeeld zijn kritische reactie in combinatie met zelfspot. Het voorbeeld laat zien hoe de inzet van zelfspot de effectiviteit van een discussiebijdrage kan vergroten. De antagonist haalt hier zijn eigen status naar beneden en daarmee brengt hij het idee naar voren dat het niet uitmaakt of je nu namens miljoenen mensen staat de spreken of niet. Doordat hij de spot op zichzelf richt, valt hij niet direct de argumentatie van de tegenstander aan. Hij doet er een verkapte uitspraak mee. Vervolgens refereert hij naar de 17 miljoen Nederlanders die waarschijnlijk dezelfde mening delen. Door de hoeveelheid kiezers als irrelevant te benadrukken zonder dit expliciet te zeggen, maakt hij zijn kritische reactie effectiever binnen de grenzen van de redelijkheid.

5.2.3 Keuze suggereren

Een antagonist kan met zelfspot het effect sorteren dat de protagonist een keuze opgelegd of gesuggereerd wordt. Dit komt door bepaalde aspecten naar de voorgrond te brengen en andere aspecten onbenoemd te laten. Een uiting van zelfspot, zoals gesteld in de stipulatieve definitie, brengt altijd een statusverandering met zich mee. Een antagonist kan deze statusverandering gebruiken in zijn kritische reactie. Zo kan een antagonist ervoor kiezen om bepaalde aspecten in zijn kritische reactie wel te belichten en andere aspecten naar de achtergrond te laten verdwijnen. Zaken die gunstig zijn voor hem kunnen zo meer aandacht verkrijgen in plaats van de gunstige zaken van de protagonist. De spot kan bijvoorbeeld gericht worden op een grappig aspect, in plaats van op een aspect dat de status zou kunnen ondermijnen. Op deze manier kan de kritische twijfel aan argumentatie effectiever naar voren worden gebracht middels zelfspot.

Een voorbeeld van hoe zelfspot ingezet kan worden door de antagonist om zijn argumenten zo effectief mogelijk te presenteren staat in voorbeeld 9. De antagonist zet hier zelfspot in om een bepaald onderwerp af te ronden en weer door te gaan naar de volgende. Het betreft een debat over de Algemene Politieke

Beschouwingen op 10 september 2018. De zelfspot van Dijkhoff (VVD) dient ter illustratie van een situatie waarin een antagonist met zelfspot een kritische reactie vormt en daarbij maar een bepaald aspect belicht:

(9) De heer Klaver: “Wat een arrogantie, zou ik willen zeggen tegen de heer Dijkhoff”

De heer Dijkhoff: “**Ja u herkent het als geen ander**”

Dijkhoff geeft als antagonist in dit voorbeeld geen inhoudelijke reactie op de uiting van Klaver, maar gaat met zelfspot mee in de belediging. De status van Dijkhoff wordt op deze manier niet verlaagd, maar hij stuurt de situatie een richting op waarin eerder de uiting van Klaver blijkt geeft van een onbehoorlijke manier van discussiëren. De zelfspot in dit voorbeeld vindt plaats in de argumentatiefase, maar bevat geen argument op zichzelf. Door in de beschuldiging mee te gaan, heeft de zelfspot tot gevolg dat de kracht van de belediging afneemt, waardoor de aanval van de protagonist aan effectiviteit verliest.

Ter illustratie van het suggereren van een keuze dient ook voorbeeld 11 van Dion Graus (VVD) in reactie op Elbert Dijkgraaf (SGP). Dijkgraaf en Graus discussiëren op 15 juni 2015 over een nieuw wetsvoorstel over regels ter bescherming van de natuur. Graus geeft aan dat hij de discussie graag wilt laten voor wat het is, maar Dijkgraaf heeft er nog wel wat over te zeggen. Dijkgraaf is het namelijk niet eens met de manier waarop Graus zijn inbreng invult. Graus' inbreng is volgens Dijkgraaf vooral gericht op het aanwijzen van fouten in de inbreng van de SGP. Graus reageert met:

(10) “Dat deel ik natuurlijk met mijn grote vriend professor Dijkgraaf. Ik moet overigens even zeggen dat ik voorzitter was toen hij aan het woord was. Ik kon dus niet interrumpen. Ik kon dat niet, omdat ik op dat moment voorzitter was. Misschien heeft hij dat nog wel gezien ook. **Ik was dat kleine dikke mannetje met dat matje en die krullen.**”

De antagonist spot met zichzelf, waardoor een humoristisch moment in de kamer ontstaat. Door de focus te leggen op de laatste uiting 'ik was dat kleine dikke mannetje...' kan Graus het de uiting waarmee hij instemt met Dijkgraaf naar de achtergrond krijgen. De antagonist geeft met deze zelfspot een laatste sneer, waardoor hij extra benadrukt dat hij niet fout zit. Met de inzet van zelfspot kiest Graus ervoor om in te gaan op een specifiek aspect uit de argumentatie van de protagonist. Met het voorbeeld is geïllustreerd dat een antagonist zijn discussiebijdrage effectiever zou kunnen maken door middel van de inzet van zelfspot.

Hoofdstuk 6. Discussie en conclusie

6.1 Discussie

Hoe kan zelfspot ingezet worden bij het strategisch manoeuvreren om argumentatie in het politiek debat zo effectief mogelijk, binnen de redelijkheidsgrenzen, te presenteren?

Uit het onderzoek is gebleken dat zelfspot in de argumentatiefase kan bijdragen aan een versterking van de band tussen protagonist en antagonist. Dit effect kan vervolgens leiden tot een verminderde uitnodiging van kritische reacties. Door die vermindering kan de effectiviteit van de gepresenteerde argumentatie vergroot worden, binnen de grenzen van de redelijkheid. Dit geldt zowel voor de protagonist als voor de antagonist. Een uiting ter illustratie is voorbeeld 1 uit de hoofdstuk 5, waarin Van Meenen zichzelf bespot om zijn grap: *“Ik blijf het proberen.”* Door de zelfspot is het mogelijk dat de medediscussiant een ‘ommekeer’ ervaart, waardoor deze een minder kritische reactie zal leveren.

Daarnaast is aangegeven dat het effect ‘nadruk leggen’ kan bijdragen aan het vergroten van de effectiviteit, binnen de redelijkheidsgrenzen, in de argumentatiefase. Dit kan door een bepaald idee naar voren te brengen in de gedachten van een luisteraar. Door de ironische lading van zelfspot, kan een discussiant iets anders zeggen dan dat hij daadwerkelijk bedoelt. Zo kan een discussiant met zelfspot als het ware verkapte uitspraken doen. Daarnaast kan zelfspot ook een bepaald aspect meer laten opvallen en daardoor kan dit aspect meer aandacht krijgen. Dit draagt bij aan het versterken van de gepresenteerde argumentatie door de protagonist en aan een effectievere aanval van de antagonist. Een uiting ter illustratie is voorbeeld 7 uit hoofdstuk 5, waarin Dijkhoff als antagonist een verkapte aanval doet met zelfspot: *“Ik heb niet zo'n probleem met een korte spreektijd en weinig interrupties, maar anderen waarschijnlijk wel.”*

Tot slot is uit het onderzoek gebleken hoe de inzet van zelfspot door een protagonist of een antagonist een keuze kan suggereren, door bepaalde aspecten wel te belichten en andere aspecten niet. Zelfspot stuurt de medediscussiant een bepaalde richting op. Dit effect van zelfspot is in dit onderzoek gekoppeld aan het

behouden van de status van een discussiant. Doordat de protagonist zichzelf kritisch opstelt tegenover zichzelf, kan dat kritische reacties voorkomen. De antagonist zal minder standvastig in zijn weerwoord staan, wanneer de protagonist zichzelf al van commentaar voorziet. De protagonist kan met zelfspot de verwachte kritiek op die manier omzeilen. Andersom kan het voor de antagonist weer effectiviteit vergroten, doordat hij het vorm kan geven aan de hand van de uiting van de protagonist. Op die manier kan de antagonist de uitingen van de protagonist ondermijnen. Een uiting ter illustratie is voorbeeld 9 uit hoofdstuk 5, waarin Dijkhoff als antagonist een bepaald aspect van de argumentatie belicht als het gaat over zijn arrogantie: *“Ja u herkent het als geen ander”*

Er zijn een aantal punten ter discussie te stellen wat betreft dit onderzoek. Ten eerste is ervoor gekozen om zelfspot als een presentatiemiddel te onderzoeken. Zelfspot heeft, zoals in hoofdstuk 3 aan de orde is gekomen, geen vaste structurele kenmerken. De mate waarin zelfspot opgevat mag worden als middel om je argumentatie te presenteren kan daarom ter discussie gesteld worden. Zelfspot lijkt vaak zijn effect uit te oefenen voordat een argument (of een kritische reactie) gegeven wordt. Er zou daarom ook voor gepleit kunnen worden dat zelfspot opgevat kan worden als één van de andere twee aspecten van strategisch manoeuvreren, dus als manier om op je doelgroep af te stemmen of als keuze uit het topisch potentieel. Nader onderzoek zou daar naar gedaan kunnen worden om zelfspot als argumentatief stijlmiddel volledig in kaart te brengen.

Ten tweede kunnen de keuzes die gemaakt zijn om de stipulatieve definitie te formuleren ter discussie gesteld worden. Zo kan opgemerkt worden dat zelfspot vaak non-verbale context nodig heeft en in de stipulatieve definitie zitten de non-verbale uitingen niet verwerkt. Zelfspot zal deze uitingen nodig kunnen hebben om duidelijk te maken dat het een bespotting is. Dit is niet in de stipulatieve definitie opgenomen, want voor dit onderzoek is voorondersteld dat het duidelijk is dat er gespot werd. Verder bevat de werking van zelfspot in paragraaf 3.2 wellicht niet alle mogelijke functies die zelfspot kan hebben. De functies in paragraaf 3.2 zijn voornamelijk beschreven aan de hand van een onderzoek van Ungar uit 1989. Doordat met dit onderzoek wellicht niet alle

functies van zelfspot in kaart zijn gebracht, is de beantwoording van de centrale onderzoeksvraag wellicht niet volledig. Vervolgonderzoek zou hier een uitgebreidere theoretische werking van zelfspot kunnen geven. Er zou dan nagegaan kunnen worden hoe de statusverandering van zelfspot in zijn werk gaat en wat voor gevolgen deze statusverandering kan hebben voor bijvoorbeeld het ethos van een spreker. Dit beslaat weer een heel ander onderzoeksterrein en het valt daarom te rechtvaardigen dat hier beperkte aandacht aan besteed is. Dat is niet relevant geweest voor het doel van dit onderzoek.

Ter derde kan ter discussie gesteld worden dat dit onderzoek het stijlmiddel zelfspot koppelt aan drie algemene retorische effecten, opgesteld door Perelman en Olbrechts-Tyteca (1969). Door de keuze te leggen op deze drie effecten, is het onderzoek een specifieke richting opgestuurd en is het antwoord op de onderzoeksvraag beperkt. Deze drie effecten zijn namelijk algemeen van aard en dus niet specifiek gericht op gedachtefiguren zoals zelfspot. Het zijn niet de enige retorische effecten die zelfspot kan sorteren, dit zullen er zeker meer zijn. Nader onderzoek zal moeten uitwijzen of dit de meest vruchtbare indeling is.

Ten vierde kan ter discussie gesteld worden dat in dit onderzoek de drie effecten los van elkaar beschreven zijn. Dit lijkt te suggereren dat de inzet van zelfspot altijd maar één van de mogelijke effecten sorteert. Tijdens het interpreteren van de voorbeelden kwam naar voren dat sommige zelfspotuitingen meerdere effecten kunnen sorteren. De uiting van Wilders in voorbeeld 3 is daar een voorbeeld van: *“...Ik zal er een hele kluij aan hebben om hem volgend jaar te overtreffen.”* Dit voorbeeld is beschreven als een aanval van de protagonist waarin de zelfspot ingezet wordt om de nadruk ergens op te leggen. Er zou ook voor gepleit kunnen worden dat in dit voorbeeld sprake is van het versterken van een band, omdat de zelfspot een sociaal karakter heeft door het compliment dat gemaakt wordt door Wilders. Dat een voorbeeld ter illustratie bij een bepaald effect ingedeeld staat, betekent dus niet dat het alleen dat effect sorteert. Voor dit onderzoek is dit onderscheid weliswaar niet van belang, omdat er per theoretisch onderscheiden categorie een voorbeeld is gezocht. Het laat echter wel zien hoe lastig het soms is om in de praktijk specifieke voorbeelden te vinden die theoretisch onderscheiden kunnen worden.

Tot slot bieden de beperking van dit onderzoek mogelijkheden voor vervolgonderzoek. Dit onderzoek richt zich enkel op de argumentatiefase. Doordat zelfspot kan zorgen voor het benadrukken van bepaalde aspecten of bepaalde ideeën naar voren kan brengen in de gedachten van de luisteraar, is het ook interessant om de inzetbaarheid in andere discussiefasen te onderzoeken. Het versterken van een band, waarmee het sociale karakter van zelfspot tot uiting komt, kan in andere fasen nuttig zijn. In de confrontatiefase kan het bijvoorbeeld bijdragen aan het effectiever presenteren van het standpunt. Het was bij de voorbeelden lastig te bepalen in hoeverre elk voorbeeld in de argumentatiefase plaatsgevonden heeft. Voor de uitkomsten van dit onderzoek zal dit dus geen verschil maken. Naar de mogelijkheden van de inzetbaarheid in andere fasen kan vervolgonderzoek gedaan worden.

Daarnaast richt dit onderzoek zich niet op het overtreden van de discussieregels, maar op de inzetbaarheid van zelfspot om de effectiviteit binnen deze grenzen te vergroten. Dat de inzet van zelfspot ook tot ontsporingen zou kunnen leiden, vereist vervolgonderzoek. In vervolgonderzoek zou het ook interessant zijn om onderzoek naar zelfspot empirisch uit te voeren. Zulk onderzoek zou dan vanuit de gevonden voorbeelden na kunnen gaan hoe het past bij wat er in dit onderzoek theoretisch onderscheiden is. In dat opzicht zou dit onderzoek een eerste stap kunnen voor het empirisch toetsen van de gemaakte theoretische onderscheidingen.

6.2 Conclusie

Dit onderzoek heeft als doel gehad in kaart te brengen hoe zelfspot ingezet kan worden bij het strategisch manoeuvreren in het politiek debat. Daarbij is onderzocht hoe het stijlmiddel ingezet kan worden om argumentatie zo effectief mogelijk te presenteren, binnen de grenzen van de redelijkheid, in de argumentatiefase. Het verkennende karakter van het onderzoek maakt dat het er tentatief onderzoek gedaan is; er is een eerste stap gezet naar het beschrijven van iets waar nog geen onderzoek naar gedaan is.

Het onderzoek is begonnen met een theoretisch kader (hoofdstuk 2) waarin de uitgebreide pragma-dialectiek aan de orde is gekomen, met een uitleg van de drie aspecten van strategisch manoeuvreren (Van Eemeren & Houtlosser,

1999). De keuze om zelfspot als presentatiemiddel op te vatten is een eerste afweging die gemaakt is voor dit onderzoek. In pogingen de ander te overtuigen van je standpunten speelt de vormgeving van je argumentatie een rol. Om het stijlmiddel zelfspot een argumentatieve dimensie te geven, werd het hier dus opgevat als middel om je argumentatie vorm te geven. Zelfspot lijkt een geschikt middel voor onderzoek naar hoe geargumenteed wordt, waarbij het dus niet draait om wat wordt gepresenteerd. Er is met dit onderzoek bijgedragen aan systematisch onderzoek naar het argumentatieve gebruik van zelfspot.

Het hoofdstuk dat daarop volgt (hoofdstuk 3) heeft het stijlmiddel zelfspot in kaart gebracht. Ondanks de beperkte literatuur over zelfspot, was het mogelijk om hier een karakterisering van zelfspot te maken en de werking te beschrijven. Na deze twee onderdelen is een stipulatieve definitie opgesteld: *Zelfspot is een stijlmiddel waarmee je jezelf op ironische en milde wijze het mikpunt van schertsende spot maakt, door middel van een statusverandering met als doel het veroorzaken van een humoristisch moment.* Het eerste deel van de definitie, waarin de karakterisering tot stand is gekomen, is ontstaan uit gemaakte afwegingen van de verschillende definities in de literatuur. Het tweede deel, waarin een overkoepelende functie van zelfspot staat, is in de definitie gezet om het gebruik te specificeren. Uit dit hoofdstuk is gebleken dat zelfspot altijd gepaard gaat met een statusverandering en het achterliggende doel meestal het veroorzaken van een humoristisch moment is.

Er is nog weinig onderzoek naar de effecten die zelfspot kan sorteren, waardoor er in dit onderzoek voor gekozen is om zelfspot te koppelen aan drie algemene effecten. Deze drie effecten hebben gezorgd voor een systematische structuur in dit onderzoek. Het onderzoek is verricht aan de hand van drie algemene effecten die Perelman en Olbrechts-Tyteca (1969) geven van stijlfiguren. Deze effecten beschrijven wat stijlmiddelen kunnen sorteren bij het presenteren van gegevens. De drie effecten zijn: het versterken van een band, de nadruk ergens op leggen en een keuze suggereren (Perelman & Olbrechts-Tyteca, 1969, p.172). De effecten zijn gebruikt om na te gaan hoe met zelfspot de effectiviteit, binnen de grenzen van de redelijkheid, in een discussiebijdrage vergroot kan worden. Door deze koppeling te maken is aannemelijk gemaakt dat

zelfspot ingezet kan worden bij presenteren van argumenten tijdens het strategisch manoeuvreren.

Uit de theoretische analyses is gebleken dat zelfspot, gezien vanuit de karakteristieken, retorische effecten kan sorteren om daarmee een effectievere aanval dan wel verdediging kan presenteren, binnen de grenzen van de redelijkheid. De versterking van de band tussen protagonist en antagonist door middel van zelfspot kan leiden tot een positieve sfeer. Door een positieve sfeer zullen kritische reacties van de antagonist verminderd worden en is de kans groot dat een discussiant het weerwoord van de tegenstander kan ondermijnen. Door die verzwakking kan de effectiviteit van de gepresenteerde argumentatie vergroot worden. Een discussiant kan met zelfspot de nadruk ergens op leggen, door een bepaald idee naar voren te brengen in de gedachten van een luisteraar. Door de ironie in zelfspot, kan een discussiant iets anders zeggen dan dat hij daadwerkelijk bedoeld. Zo kan met zelfspot een verkapte uitspraak gedaan worden. Dit vergroot de gebondenheden van het debat. Dit draagt weer bij aan het versterken van de gepresenteerde argumentatie door de protagonist en aan een effectievere aanval van de antagonist. Met de inzet van zelfspot kan een protagonist of een antagonist een keuze suggereren, door bepaalde aspecten wel te belichten en andere aspecten niet. Zelfspot stuurt de ander een bepaalde richting op, wat effectiviteit kan vergroten in het geval van mogelijke statusverlies. Doordat een protagonist zelf al iets over zichzelf zegt, kan dit de kritische reacties van de antagonist voorkomen of ondermijnen. Zo kan een protagonist met zelfspot de mogelijke kritiek omzeilen.

Met dit onderzoek is een bijdrage geleverd aan de onderzoekstraditie binnen de pragma-dialectische argumentatietheorie waarin strategisch manoeuvreren met presentationele middelen het uitgangspunt vormt. Het onderzoek heeft een eerste bijdrage geleverd aan de mogelijkheden die het stijlmiddel zelfspot in argumentatieve discussies kan hebben.

Bibliografie

- Bork et al. (2012). Algemeen letterkundig lexicon. Geraadpleegd van https://www.dbnl.org/tekst/dela012alge01_01/dela012alge01_01_0001.ph
- Braet, A. (2007). *Retorische kritiek: Hoe beoordeel je overtuigingskracht?* Den Haag: SDU Uitgevers.
- Burger, P. & Jong, J. de (2009). *Handboek stijl: Adviezen voor aantrekkelijk schrijven* (tweede druk). Groningen: Noordhoff Uitgevers.
- Cicero (1954). *Rhetorica Ad Herennium* (trans. H. Caplan). Cambridge, MA: Harvard University Press. (Oorspr. Ad C. Herennium: de ratione dicendi.)
- Claes, P. & Hulsens, E. (2015). *Groot retorisch woordenboek: Lexicon van stijlfiguren*. Nijmegen: Uitgeverij Vantilt.
- Coenders, H. (2004). Zelfspot. (n.d.). In *Kramers Handwoordenboek* (1^e druk)
- Eemeren, F.H. van (2010). *Strategic maneuvering in argumentative discourse: Extending the pragma-dialectical theory of argumentation*. Amsterdam: John Benjamins
- Eemeren, F.H. van (2013). 'Bien étonnés... Hoe de dialectische en de retorische benadering van argumentatie samenkwamen.' In R. Boogaart & H. Jansen (red.). *Studies in Taalbeheersing 4* (pp. 1-21). Assen: Van Gorcum.
- Eemeren, F.H. van & R. Grootendorst (1984). *Speech acts in argumentative discussions: A theoretical model for the analysis of discussions directed towards solving conflicts of opinion*. Berlin/Dordrecht: De Gruyter/Floris
- Eemeren, F. H. van & Grootendorst, R. (2002). *Het analyseren en beoordelen van betogende teksten*. In F. H. van Eemeren, P. van den Hoven, C. Jansen & P.J. Schellens (red.), *Tussenstand: 25 jaar Tijdschrift voor Taalbeheersing* (pp. 35-52). Assen: Koninklijke Van Gorcum.
- Eemeren, F. H. van & Grootendorst, R. (2004). *A systematic theory of argumentation. The pragma-dialectical approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Eemeren, F.H., van, R. Grootendorst, F. Snoeck Henkemans (1997). *Handboek van de argumentatietheorie*. Noordhoff Uitgevers B.V.
- Eemeren, F.H. van & P. Houtlosser (1999). *Strategisch manoeuvreren in argumentatieve teksten*. *Taalbeheersing*, 2, 142-156.

- Eemeren, F.H. van & Houtlosser, P. (2002). *Strategic Maneuvring. Maintaining a Delicate Balance*. In: Eemeren, F.H. van & Houtlosser, P. (Ed.), *Dialectic and rhetoric: the warp and woof of argumentation analysis* (131-159). Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
- Eemeren, F.H. van & A.F. Snoeck Henkemans (2016). *Argumentatie: Inleiding in het analyseren, beoordelen en houden van betogen*. (Vijfde druk). Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers.
- Fahnestock, J. (2011). *Rhetorical Style: The Uses of Language in Persuasion*. New York, NY: Oxford University Press.
- Grieken, R. van (2012). *Een feest van de democratie. De regels voor een goed verkiezingsdebat*. Amsterdam, Nederland: Bert Bakker Uitgevers.
- Haafte, T. van. (2012). *Norm en taal in politiek Den Haag*. In M.C. Foblets e.a. (red.) *Liber Amicorum René Foqué*. (pp 631-645). Gent.
- Jong, J. de (2012). *Spreken als Max Havelaar*. E-book: Nieuw Amsterdam
- Jonge, C. de (2015). *Het pathos van Frans Timmermans*. In J. de Jong, Ch. Pieper & A. Rademaker (red.), *Beïnvloeden met emoties: Pathos en retorica* (pp. 87-90). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Kuiper, N.A., McKenzie, S.D., & Belanger, K.A. (1995). *Cognitive appraisals and individual differences in sense of humor: Motivational and affective implications*. *Personality and Individual Differences*, 19, 359-372.
- Perelman, Ch. & L. Olbrechts-Tyteca. (1969). *The New Rhetoric. A Treatise on Argumentation*. London: University of Notre Dame Press.
- Quintilianus (2001). *De opleiding tot redenaar* (vert. P. Gerbrandy). Groningen: Historische Uitgeverij. (Oorspr. *Istitutio Oratoria*.)
- Rasch, M. (2011, 5 oktober) *Krachtige taal: over retorica, emoties en framing*. Geraadpleegd van <https://www.sg.uu.nl/artikelen/2011/10/krachtige-taal-over-retorica-emoties-en-framing>
- Searle, J.R. (1969). *Speech Acts: An Essay in the Philosophy of Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ungar, S. (1984). *Self-Mockery: An Alternative Form of Self-Presentation*. *Symbolic Interaction* 7 (1):121-133
- Wagemans, J.H.M. (2009). *Redelijkheid en overredingskracht van argumentatie. Een historisch- filosofische studie over de combinatie van het dialectische*

en het retorische perspectief op argumentatie in de pragma-dialectische argumentatietheorie. Proefschrift Universiteit van Amsterdam. Enschede: Ipskamp Drukkers.

Yu, C. (2013). *Two interactional functions of self-mockery in everyday English conversations: A multimodal analysis.* Journal of Pragmatic 50: 1-22