

# Rhythm and blues in de Ridderzaal

Onderzoek naar speechwriting

Prinsjesdag is weer in aantocht en daarmee ook de **Troonrede**.

Een goede aanleiding om aandacht te schenken aan de **wetenschap achter het speechschrijven**. Wat hebben we de Koning te bieden?

In samenwerking met de Academie voor Overheidscommunicatie deden wetenschappers van drie verschillende Nederlandse universiteiten onderzoek naar aspecten die bij kunnen dragen aan de effectiviteit van toespraken. Evelien Engele onderzocht met de Leidse hoogleraar Journalistiek en Nieuwe Media Jaap de Jong hoe speechschrijvers van de ministeries over *muzikaliteit* in speeches denken. Marieke Ploegmakers bestudeerde onder begeleiding van de aan de Universiteiten van Amsterdam en Wageningen verbonden Noëlle Aarts of en welke factoren er te detecteren zijn die bepalen dat over een *speech* *getwitterd* wordt. Luuk Lagerwerf van de VU tenslotte deed met collega's onderzoek naar onder andere de *effecten van retorische formuleringen op aandacht*.

Interessant is niet alleen dat het om drie verschillende aspecten van de effectiviteit van speeches gaat, maar ook om heel verschillende onderzoeksmethoden. De onderzoeken naar muzikaliteit en aantrekkingskracht op twitteraars karakteriseren de auteurs als *explorand*. Dat is, kort gezegd, onderzoek waarin je (nog) op zoek bent naar mogelijk interessante gegevens en samenhangen. Het onderzoek van Lagerwerf c.s. is *experimenteel*. Zij onderzochten in twee experimenten of er verandering in respectievelijk aandacht en overtuiging

optreedt wanneer je (bij verder gelijke omstandigheden) in de ene groep proefpersonen een element van de speech verandert en bij een andere, vergelijkbare onderzoeksgroep niet. Wat leveren deze drie onderzoeken voor de praktijkbeoefenaars op? Kunnen er aanwijzingen uit gedestilleerd worden voor het schrijven van een effectieve speech?

## Nog geen Rhythm & Blues in de troonrede 2014

Engele en De Jong deden onderzoek naar *muzikaliteit* in speeches, een fenomeen waaraan veel speechschrijvers belang hechten.<sup>1</sup> Zij lijken het erover eens dat Barack Obama de muzikaalste spreker van deze tijd is. Swingend en jazzy zijn woorden die in de interviews vallen als het over Obama gaat. Wat kun je er als speechschrijver aan doen dat jouw spreker met net zoveel *rhythm and blues* spreekt? Engele en De Jong onthouden zich van praktijkadviezen. Dat kan ook niet anders, want muzikaliteit in speeches is een moeilijk grijpbaar concept waar ook nog eens weinig onderzoek naar is gedaan. De vraag die opkomt is wat muzikaliteit in speeches nu eigenlijk is? De onderzoekers raadpleegden presentatieadviesboeken en vroegen het aan speechschrijvers. Uit de presentatieadviesboeken kwamen de volgende deelaspecten naar voren:

melodie, volume, timing, tempo, afleidende geluiden, articulatie en ritme. Maar ja, hoe manifesteren melodie en ritme zich dan in een speech? Het is toch niet zo gemakkelijk je dat voor te stellen. Laat staan om het intersubjectief te maken. Vindt u in een speech dezelfde passage melodieuw als uw buurman? En zo nee, hoe komt dat dan? Door de tekst of door degene die hem uitspreekt? Of stemmen de definities van wat u beiden melodieuw vindt niet overeen? Op deze eerste verkenning van Engele en De Jong zal dus nog heel wat vervolgonderzoek verricht moeten worden om het raadsel van de muzikaliteit in speeches te kunnen duiden. Laat staat te kunnen voorspellen wanneer welk aspect van muzikaliteit welk effect heeft. Onze Koning zal dus nog even geduld moeten hebben: misschien dat de troonrede van 2015 de Ridderzaal in *swingt*.

## Wordt het een tweet of niet?

Een toespraak die toehoorders motiveert tot het zenden van tweets, dat is natuurlijk interessant. Voor een politicus goed voor zijn of haar zichtbaarheid, voor de Koning of Koningin voor het imago van de monarchie, of simpelweg als teken dat een onderwerp op de kaart komt. Marieke Ploegmakers wilde weten of een speech aan bepaalde voorwaarden moet voldoen om dat voor elkaar te krijgen.<sup>2</sup> Zij analyseerde daarvoor vier publieke speeches, twee door respectievelijk Koningin Beatrix en Koning Willem-Alexander, één door generaal b.d Peter van Uhm. Daarbij keek ze naar een aantal tekstelementen die door journalisten vaker als *soundbite* worden ingezet. In casu: feiten en anekdotes, stijlfiguren (contrast, drieslag (ook wel *list of three*)<sup>3</sup>, retorische vraag en metafoer) en woordherhalingen. Wat zijn de bevindingen? Woordherhalingen blijken veel voor te komen in de teksten van

‘Onze Koning zal **nog even geduld** moeten hebben: misschien dat de troonrede van 2015 **de Ridderzaal in swingt**’

de speeches. Zo wordt in de kersttoespraak van Koningin Beatrix het woord *vertrouwen* dertien keer herhaald. In de toespraak van Willem-Alexander elf keer. Ook de toespraak van Peter van Uhm bevat veel woordherhalingen, namelijk *ik, zij en wij*. 92 procent van de tweets bevat een woordherhaling uit die toespraak, melden Ploegmakers et al. En in het geval van drie van de vier toespraken zijn überhaupt veel woordherhalingen getwitterd. Het zijn interessante bevindingen, maar wat voor conclusies kun je eraan verbinden? Welbeschouwd nog niet zo heel veel. Je zou ten eerste moeten weten hoeveel tweets er in totaal zijn geweest naar aanleiding van de toespraak. Ten tweede *waarom* mensen twitterden? En waarom anderen dat niet deden. Dus: wat de psychologie van de twitteraar is. Hoe hun twittergedrag in het algemeen is. En wat het effect van die tweets is. Toch geven Ploegmakers c.s. wel adviezen aan speechschrijvers, zoals ‘om een duidelijk thema in de toespraak te verwerken en dit vaak te herhalen.’ Maar ja, zou het niet zo zijn dat als boodschap van een speech je totaal niet aanspreekt, je er ook geen tweet aan wijdt, hoeveel herhalingen de speech ook bevat? De conclusie is dus wellicht wat overhaast. En de data niet voldoende om er een praktijkadvies op te baseren. Wat zeker niet wil zeggen dat het een zinloos onderzoek is: er moet alleen nog heel wat vervolgonderzoek gedaan worden voor we er praktijkadviezen aan kunnen ontleen.

## Aandacht krijgen of herinnerd worden?

Luuk Lagerwerf en collega's van de VU voerden een aantal experimentele onderzoeken uit naar de effecten van diverse variabelen op aandacht, overtuiging en herinnering. In een paper dat ze in Seattle presenteerden op het jaarlijks congres van de *International Commu-*

*nication Association* doen ze verslag van twee boeiende experimenten. Ze onderzochten het effect dat framing en stijlfiguren hadden op de aandacht en herinnering van luisteraars van politieke radiospeeches.<sup>4</sup> Relevant is dat experimenteel empirisch onderzoek naar het effect van *talige* variabelen nog niet ruimschoots voorhanden is. Bij een experimenteel empirische opzet is sprake van een experimentele en een controlegroep, een nul- en een éénmeting en *random* toewijzing van de proefpersonen aan de onderzoeksgroepen. In beide onderzoeksgroepen worden de omstandigheden constant gehouden. Het enige verschil is dat ►

## Literatuur

1. Engele, E. en De Jong, J. (2014). *Speeches schrijven op muzikaliteit*. Haagse speechschrijvers over rhythm and blues in departementale toespraken. Ter publicatie aangeboden.
2. Ploegmakers, M, Aarts, N en Kroes, J. (2014) I have a tweet. Welke toespraken worden in de sociale media opgepikt. *Tekstblad*, 1.
3. Drie woorden of zinnen die naar een climax toewerken, zoals Churchill's woorden tot de Engelse burgers in de Tweede Wereldoorlog: ik beloof u niets dan bloed, zweet en tranen.
4. Lagerwerf, Luuk, Boeynaems, Amber, Brussee, Charlotte B., Burgers, C. (2014). Immediate attention for public speech: Differential effects of rhetorical schemes and valence framing in political radio speeches. Paper presented at the 64th annual meeting of the International Communication Association, May 22nd-26th, Seattle.

bij de ene groep een variabele wordt toegevoegd, bij de andere niet.

Zo'n opzet maakt het mogelijk met een vrij grote mate van waarschijnlijkheid vast te stellen of een variabele – zoals hier het gebruik van positieve of negatieve framing – effect heeft gehad op bijvoorbeeld aandacht. Terwijl het effect niet toegeschreven kan worden aan een andere variabele. De proefpersonen varieerden in leeftijd van ongeveer 18 tot 70 jaar. In het experiment luisterden zij met een hoofdtelefoon naar een politieke radiotoespraak. Nagegaan werd – simpel weergegeven – of een positieve framing een ander effect op directe aandacht en herinnering gaf dan een negatieve framing. En wat het effect op herinnering en aandacht was van stijlfiguren zoals de hierboven al genoemde *list of three*. De uitkomst was, in heel grote lijnen, dat negatieve framing – bijvoorbeeld: als we niet bezuinigen, verliezen veel mensen hun baan – onmiddellijk de aandacht trekt. Terwijl het toevoegen van stijlfiguren – zoals 'ik beloof u niets dan bloed, zweet en tranen' – daar verder niets aan toe of af deed. Een onderwerp wordt bij negatieve framing echter niet zo goed herinnerd. Positieve framing daarentegen – bijvoorbeeld 'als we bezuinigen, blijven de banen behouden' – trekt veel minder aandacht naar

zich toe. Maar wordt wel beter herinnerd. En het toevoegen van stijlfiguren versterkte dat effect op herinnering nog.

Over de effecten van negatieve framing op aandacht was al het nodige bekend. Maar niet dat het toevoegen van een stijlfiguur als de *list of three* en het gebruik van contrast het effect niet verandert. Ook niet dat negatieve framing geen gunstig effect op herinnering heeft. Wil je als speechschrijver dat het gehoor zich het betoog herinnert, dan kun je dus beter positief framen, in combinatie met het gebruik van enkele stijlfiguren. Stel je in een bepaalde context aandacht trekken boven het goed herinneren van het betoog, dan kun je beter een negatieve framing gebruiken. Wie deze inzichten direct wil toepassen in speeches, kan er ook weer niet blind op varen dat deze effecten zullen optreden. Deze onderzoeksbevindingen zijn sterke indicaties, maar enige terughoudendheid is vooralsnog op zijn plaats (wat overigens geen opmerking ten nadele van dit onderzoek is). Onder andere omdat het om de resultaten van slechts *enkele* experimenten gaat. Verder is de onderzoekssetting onnatuurlijk: mensen luisteren doorgaans niet achter hun laptop met een hoofdtelefoon op naar een politieke radiospeech. Dat kan de uitkomsten beïnvloeden. En het gaat hier

om toespraken op de radio, wat niet hoeft te betekenen dat de effecten ook optreden bij toespraak die op televisie wordt uitgezonden, of waarbij men zelf aanwezig is.

## Meer speeches

Het *European Speechwriters Network (ESN)* organiseert op 23 en 24 oktober de *Autumn Speechwriters & Business Communicators Conference* in De Burcht (Amsterdam). In aanloop op dit grote internationale evenement besteedt C ook volgende maand aandacht aan speechschrijven. Brian Jenner, voorzitter van het ESN, gaat dan in op de praktische ontwikkelingen in dit deel van ons vakgebied en de voorbeeldrol die Nederlandse speechschrijvers daarin hebben.

Meer over de conferentie vind je op <http://tiny.cc/29gilx>



Auteur Bert Pol (redacteur C), vennoot van Tabula Rasa, is verbonden aan de afdelingen psychologie van de Radboud Universiteit en Universiteit van Maastricht.  
@TabulaRasaNL  
[nl.linkedin.com/in/bertpol](https://nl.linkedin.com/in/bertpol)