



Universiteit
Leiden
The Netherlands

Monsterlijke verhalen : misdaadsagen in het nieuws en op webforums als retorische constructies

Burger, J.P.

Citation

Burger, J. P. (2014, January 29). *Monsterlijke verhalen : misdaadsagen in het nieuws en op webforums als retorische constructies*. Boom Lemma, Den Haag. Retrieved from <https://hdl.handle.net/1887/23180>

Version: Corrected Publisher's Version

License: [Licence agreement concerning inclusion of doctoral thesis in the Institutional Repository of the University of Leiden](#)

Downloaded from: <https://hdl.handle.net/1887/23180>

Note: To cite this publication please use the final published version (if applicable).

Cover Page



Universiteit Leiden



The handle <http://hdl.handle.net/1887/23180> holds various files of this Leiden University dissertation

Author: Burger, Peter

Title: Monsterlijke verhalen : misdaadsagen in het nieuws en op webforums als retorische constructies

Issue Date: 2014-01-28

Hoofdstuk 2

De waarheid van het verhaal: ethos en logos

2.1 Inleiding: De retorica van de waarheid

Dit hoofdstuk concentreert zich op de retorica van de waarheid: welke middelen gebruiken journalisten en deelnemers aan webforums om anderen ervan te overtuigen dat een verhaal geen *sage* is, maar berust op feiten?

Er bestaat nog geen compleet overzicht van de retorische middelen die journalisten en forumbezoekers hanteren om te debatteren over de waarheid en waarde van extreme verhalen over misdaad. Voor de bespreking van die retorica in dit hoofdstuk en het volgende is geput uit uiteenlopende bronnen: de klassieke retorica van Aristoteles, de sociologie van kennis, nieuwssociologie, discursieve psychologie, de constructionistische studie van sociale problemen, de retorische benadering van sagen door de folklorist Elliott Oring (2008), en de studie van argumenten over de waarheid van *urban legends* door de criminologe Pamela Donovan (2004).

Oring (2008) schetste een ‘retorica van de waarheid’: de retorische middelen die sagenvertellers benutten om anderen te overtuigen van de waarheid van hun verhalen. Die schets verdient, zoals Oring zelf opmerkt, vergelijking met de ‘waarheid-producerende praktijken’ van andere sociale groepen en communicatieve genres (2008:158-159) – zoals die van journalisten en nieuwsgenres. Een andere aanvulling is de retorica van de *on*waarheid: de retorische middelen die worden gebruikt om extreme verhalen over misdaad als onwaar te bestempelen.

Hoewel de klassieke overtuigingsmiddelen ethos, logos en pathos alle drie een rol spelen in de retorica van misdaadsagen, komen in dit hoofdstuk, over de retorica van de waarheid, alleen de eerste twee aan de orde, ethos en logos. Uiteraard kan ook het derde middel, een beroep op de emoties van het publiek, een rol spelen in discussies over de waarheid van een verhaal. De verteller kan bijvoorbeeld inspelen op medeleven en schuldgevoel: ‘Als je niet gelooft dat zij dit echt heeft meegemaakt, maak je haar nogmaals tot slachtoffer.’ Of op angst: ‘Geloof je me niet? Wacht maar tot het jou zelf overkomt!’ Dergelijke pathostechnieken spelen echter een ondergeschikte rol in de literatuur en werden bij verkennende analyses ook in het materiaal van de case study’s nauwelijks aangetroffen. Het is mogelijk dat dit samenhangt met de aard van het materiaal: wellicht zijn dergelijke technieken minder passend en effectief in nieuwsgenres en in online discussies dan in face-to-face interactie in kleine groepen.

Eenzelfde beperking geldt het volgende hoofdstuk, over de retorica van de waarde. Hoewel ook ethos en logos kunnen worden ingezet in betogen over de moraal die aan deze verhalen kan worden ontleend, concentreer ik me op de meest in het oog springende retorische eigenschap: de manier waarop de verhalen worden gebruikt om het publiek met een beroep op gevoelens van afschuw of medelijden te overtuigen van de ernst van een maatschappelijk probleem. Daarnaast komt – in mindere mate – de manier aan de orde waarop logos wordt ingezet om de waarde van een verhaal te ondersteunen.

Tot slot van deze inleiding op de overtuigingsmiddelen zij opgemerkt dat ethos, logos en pathos analytische categorieën zijn. In overtuigende teksten kan een uiting echter een meervoudig beroep doen op het publiek. In dit onderzoek is dat aan de orde bij verwijzingen naar autoriteit, die zowel een ethos- als een logoskant bezitten.

Deelnemers aan discussies over de waarheid van ‘monsterlijke verhalen’ staan om te beginnen voor de opgave zichzelf te presenteren als betrouwbaar (*ethos*, § 2.2). Journalisten proberen hun ethos te versterken door de manier waarop zij hun professie en hun producten als betrouwbaar en objectief afgrenzen van andere vormen van kennisverwerving (§ 2.2.1); deelnemers aan online discussies kunnen hun betrouwbaarheid vergroten met technieken die al in de klassieke oudheid werden aanbevolen, zoals het benadrukken van kennis en ervaring (§ 2.2.2).

Het tweede overtuigingsmiddel is logos, de argumenten om een verhaal al dan niet te geloven (§ 2.3). Die argumenten zijn niet nieuw: degenen die ze gebruiken voegen zich in tradities van geloof én ongeloof (§ 2.3.1). Op basis van deze argumenten heeft de Amerikaanse criminologe Pamela Donovan een typologie opgesteld van *believers* en *sceptici* (§ 2.3.2).

De retorica van de waarde, waarin het pathos centraal staat, is het onderwerp van het volgende hoofdstuk.

2.2 Ethos: een kwestie van vertrouwen

[...] fatsoenlijke mensen geloven we liever en gauwer, over alle onderwerpen in het algemeen, maar helemaal in kwesties waar geen exacte kennis van mogelijk is en waar plaats is voor twijfel.’ (Aristoteles 2004:27)

De vraag of een bepaald verhaal waar is of niet, nieuws is of sage, reële waarschuwing of loos gerucht, is in wezen een oeroud epistemologisch probleem: waarop kun je betrouwbare kennis funderen? Omdat de eigen zintuiglijke waarneming en herinnering, gecombineerd met deductief redeneren, al snel tekortschieten, zul je moeten vertrouwen op waarheidsclaims van anderen. Maar niet van iedereen, en niet altijd (Webb 2004). En andersom: als je wilt dat anderen je waarheidsclaims accepteren, zul je betrouwbaar moeten overkomen.

Betrouwbaarheid is een kwestie die zowel in de presentatie van nieuws als in die van informele verhalen een cruciale rol speelt. Journalisten beroepen zich op ‘betrouwbare bronnen’ – en deelnemers aan online discussies ook: zij hebben het met eigen ogen gezien, in de krant gelezen, of gehoord van hun beste vriendin. In de retorica staat die indruk van betrouwbaarheid bekend als het *ethos* van de spreker. Aristoteles onderscheidde daarin drie dimensies: een spreker moest deskundig overkomen, eerlijk en welwillend.

Om de manier te beschrijven waarop de onderzochte groepen hun ethos versterken, is een beroep op verschillende disciplines nodig. Behalve de klassieke retorica van Aristoteles (2004) zijn dat met name de sociologie van kennis (Gieryn 1983), discursieve psychologie (Potter 1996; Potter & Hepburn 2008), sociale psychologie (McCroskey 2001) en de retorische benadering van sagen door folkloristen (Bennett 1987a, 1999; Goldstein et al. 2007:66-78; Oring 2008). De termen die in deze takken van wetenschap gangbaar zijn, dekken elkaar niet volledig. Zo overlapt de Aristotelische notie *ethos* de bronbetrouwbaarheid (*source credibility*) van de sociale psychologie (McCroskey 2001:83-85; McCroskey & Young 1981). Aangezien de recentere sociologische en sociaalpsychologische benaderingen zich richten op delen van het grotere retorische geheel, houd ik hier echter waar mogelijk de klassieke termen aan.²⁹

De volgende paragrafen bespreken de retorische inspanningen van journalisten en van deelnemers aan online discussies om hun ethos te versterken.

2.2.1 Journalistiek *ethos* bij imagoschade: grenswerk en paradigmaherstel

Het behoort tot het journalistieke werk van alledag om met retorische middelen de waarheid en objectiviteit van het nieuws te benadrukken. Deze routines van, bijvoorbeeld, citeren en hoor en wederhoor toepassen, zijn beschreven als ‘strategische ritue-

29 Zie voor een uitgebreidere verantwoording Burger & Anemaet 2011.

len' waarmee journalisten zich indekken tegen kritiek van binnenuit en van buitenaf, van collega's en van partijen die zich tekort gedaan zouden kunnen voelen (Ekström 2006; Tuchman 1972).

Behalve door te citeren, construeren journalisten feiten door onpersoonlijke zinswendingen te gebruiken, zoals *facts show that* of *it is believed that* (Potter 1996:155-158). Een Nederlands voorbeeld uit een ANP-bericht over ETA-aanslagen (19 mei 2008): 'In het noorden van Spanje is in de nacht van zondag op maandag een bom afgegaan. Niemand raakte gewond door de explosie in de Baskische stad Getxo, aldus de Spaanse radio. De aanslag is *vermoedelijk* gepleegd door de afscheidingsbeweging ETA. [...] Woensdag kwam een politieman om het leven en raakten vier gewond toen in Baskenland ook een bestelbusje ontplofte. Ook die aanslag *zou zijn gepleegd* door de ETA.' (mijn cursivering) Over wiens vermoedens gaat het hier? Die van 'de Spaanse radio', de Spaanse politie of een ANP-redacteur? Deze aandacht voor de achterkant van het journalistieke tapijt kan door journalisten als unfair worden ervaren. Retorische en constructionistische analyses zijn uit de aard der zaak relativerend. Ik haast me te zeggen dat ze kunnen worden toegepast op elke tekst die wil overtuigen, dit proefschrift niet uitgezonderd.

Al deze technieken ontlenen hun uitwerking aan de manier waarop journalisten hun bronnen beschrijven (Rennen 2000) en de afstand tot hun bronnen variëren. In de discursieve psychologie van Potter wordt deze afstand *footing* genoemd, terwijl de folklorist Oring spreekt van *distancing*: beide komen hieronder, bij de bespreking van ethostechnieken in online discussies, nader aan de orde.

Zo construeren journalisten routinematig feiten als iets dat buiten hen bestaat, onafhankelijk van hun oordeel. Maar journalistiek is niet alleen routine: van tijd tot tijd liggen de feiten, en de objectiviteit van de journalist, onder vuur, en putten journalisten uit een ander retorisch arsenaal. Het is vooral dat arsenaal dat relevant is in het huidige onderzoek, omdat de monsterlijke verhalen die hierin centraal staan bij uitstek onalldaags zijn.

Wanneer hun claims van objectiviteit en autoriteit bedreigd worden, gooien journalisten er een retorisch schepje bovenop door de degelijkheid van journalistieke normen en procedures te bevestigen. Deze retorische inspanningen om een professie af te grenzen, zijn voor het eerst geïdentificeerd door de socioloog Thomas Gieryn (1983), in een studie over de afbakening van wetenschap. Wat is wetenschap en wat niet? Dit 'demarcatieprobleem' werd en wordt opgelost met een beroep op de unieke methoden waardoor wetenschap zou verschillen van andere vormen van kennisverwerving. Gieryn zag echter af van dergelijke essentialistische definities en vestigde de aandacht op de publieke retorica waarmee beoefenaars van de wetenschap hun methoden en hun kennis afbakenen van andere: *boundary work* (hierna: *grenswerk*). Vanuit dat perspectief is wetenschap niet een activiteit of een verzameling kennis met bepaalde eigenschappen,

maar een retorische constructie waarvan de aard wordt aangepast aan wisselende behoeften.

Een van de voorbeelden die Gieryn onderzocht, is de strijd die de Engelse wetenschapsapologeet Tyndall in de negentiende eeuw leverde tegen twee machtige concurrenten van de wetenschap op het gebied van gezaghebbende kennis: religie en techniek. Tegenover religie benadrukte Tyndall het praktische, proefondervindelijke karakter van wetenschap, en tegenover de techniek juist haar theoretische, abstracte karakter. Wetenschap, aldus Gieryn, bezit beide eigenschappen; Tyndall benadrukte doelbewust de ene of de andere.

Grenswerk kan volgens Gieryn drie verschillende doelen dienen: *expansie* van de eigen autoriteit of expertise in gebieden die door rivalen van buiten worden geclaimd; *monopolisering* van professionele autoriteit en middelen door interne rivalen buiten te sluiten ('pseudowetenschappers', 'amateurs'); en bescherming van *autonomie*. In het laatste geval is het doel leden van de professie te beschermen tegen de consequenties van hun werk door externe zondebokken te zoeken.

Gieryns grenswerk is een vruchtbaar concept gebleken in studies van andere professies dan de wetenschap, waaronder de journalistiek. De meeste van deze studies beschrijven gevallen waarin journalisten aanvallen moesten pareren op hun claims van objectieve berichtgeving en waarin de grenzen tussen nieuws en entertainment en tussen kwaliteitskranten en tabloids in het geding waren (bv. Berkowitz 2000; Bishop 1999, 2004; Cecil 2002; Fakazis 2006; Ruggiero & Winch 2004). Het dodelijke auto-ongeluk van prinses Diana, bijvoorbeeld, gaf vertegenwoordigers van mainstream nieuwsmedia een kans zich te distantiëren van de tabloids en paparazzi, die Diana de dood zouden hebben ingejaagd. Voor de mainstream media was het een bruikbaar incident, omdat in de jaren daarvoor de grenzen tussen tabloid en mainstream waren vervaagd doordat ook de laatste meer aandacht waren gaan besteden aan beroemdheden. Hoofdredacteurs van tabloids probeerden zich in talkshows te distantiëren van de 'ongebonden', 'ongeregelde' paparazzi die betrokken waren bij de dood van Diana. Het grenswerk van beide soorten media beantwoordde dus aan de derde functie die Gieryn onderscheidde: het waarborgen van autonomie. Journalisten bekenden dat ze gezondigd hadden, maar verschoven ook de schuld naar de behoefte van het publiek aan celebritynieuws, of naar 'wilde' paparazzi. Ook betoogden ze dat zij zelf mans genoeg waren om de eigen professie te reguleren (Bishop 1999).

Voor deze herbevestiging van de objectiviteitsnorm is wel de term *paradigm repair* gebruikt (Berkowitz 2000; ook: *news repair*, Bennett et al. 1985). In deze gevallen staan vooral de integriteit en welwillendheid van de journalistiek ter discussie: zijn de journalisten in kwestie deugdzaame mensen die hun werk verrichten ten dienste van hun publiek? Bij het meer alledaagse grenswerk benadrukken journalisten ook de derde dimensie die Aristoteles in ethos onderscheidde: hun deskundigheid.

Uit deze studies van journalistiek grenswerk en paradigmaherstel blijkt telkens dat ‘de’ journalistiek niet bestaat, maar een verzameling is van vormen van journalistiek – ‘journalisms’ (Deuze 2003) – die van elkaar verschillen in status, normen en opvattingen over de verhouding tussen medium en publiek. Een van de meest ontvlambare grensregio’s van de laatste jaren is die van de blogs, wiki’s, twitterpagina’s en forums die in het vorige hoofdstuk al werden beschreven als het ‘vernacular web’. Hoorde dat bij de journalistiek? Is Internet überhaupt een betrouwbare bron van nieuws en informatie?

Het verzet van traditionele journalisten tegen Internet is oud. Een illustratieve casus is die van de ervaren Amerikaanse journalist Pierre Salinger, die op basis van een op het net gevonden document claimde dat een passagiersvliegtuig dat in 1996 voor de kust van New York in zee stortte, was geraakt door een raket van de Amerikaanse marine. Hij werd door zijn collega’s verketterd. Zij repareerden het paradigma en stelden hun culturele autoriteit veilig door zowel Salinger als het Internet in de ban te doen als onprofessioneel, goedgelovig en onbetrouwbaar (Ruggiero & Winch 2004).

Er is veel veranderd sinds 1996, maar bij iedere nieuwe ontwikkeling keert de oude retoriek terug, of het nu gaat over blogs (Haas 2005), online burgerjournalisten (Robinson 2009), wiki’s of Twitter. Een van de topen in deze grensretoriek is dat op Internet ‘fictie en werkelijkheid’ niet te onderscheiden zijn, en dat op het net ogenschijnlijk nieuws in werkelijkheid een broodje aap, *urban legend* of gerucht is.

‘Nergens zo veel goedgelovigen als op Internet, nergens zo veel nepverhalen als op het web’, aldus *Het Parool* op 8 april 2000. Na de aanslagen van 11 september 2001 wezen journalisten beschuldigend naar het Internet als bron van misinformatie: ‘De surfende politieman en de vuurvaste bijbel zijn twee voorbeelden van de hardnekkige verzinsels die sinds de terreurdaden in de Verenigde Staten de ronde doen. Ze danken hun leven vooral aan Internet; met nieuwsgroepen en e-mail als moderne equivalenten van het lopende vuurtje, dat ongezien en ongecontroleerd zijn weg gaat.’ (*de Volkskrant*, 5 okt. 2001).³⁰ ‘Je zou verwachten dat moderne wetenschap en techniek tot een rationeler wereldbeeld zouden leiden,’ somberde Elsbeth Etty in *NRC Handelsblad*, ‘maar het tegendeel lijkt het geval: via het Internet verspreiden de roddel en de griezelsprookjes zich met de snelheid van het licht’ (12 sep. 2006). Haar collega Bernard Hulsman (2005) zag Internet als oorzaak van sociale spanningen: ‘Informatie, begrip, en zelfs: wereldvrede. Internet-deskundigen hadden destijds hoge verwachtingen van het nieuwe medium. Het ging anders. Fictie en werkelijkheid vervagen op het web. Door complottheorieën en onjuiste verhalen begrijpen andersdenkenden niet

30 ‘De surfende politieman en de vuurvaste bijbel’: na de aanslagen van 11 september 2001 ging het verhaal dat een man de instorting van het WTC had overleefd door surfend op het puin de begane grond te bereiken; de vuurvaste bijbel verwijst naar de bijbel die ongeschonden zou zijn gebleven bij de aanslag op het Pentagon (Burger 2006:84-87).

meer, maar minder van elkaar.' Internet is een bron van informatievervuiling, aldus Hulsman: het kent geen hiërarchie en geen filters.

Al deze bezwaren staan expliciet of impliciet in contrast met het ideaalbeeld van de traditionele journalistiek, die een duidelijke scheiding kent tussen nieuwsproducenten en nieuwsconsumenten, prat gaat op haar aanbod van betrouwbare, gefilterde informatie, en onderscheid maken tussen feit en fictie tot haar *core business* rekent. Is Internet echt 'het Wilde Westen van de informatie' (*De Gelderlander*, 18 mrt. 2000)? De volgende bladzijden beschrijven betrouwbaarheid door de ogen van deelnemers aan online discussies.

2.2.2 Ethotechnieken in online discussies over uitzonderlijke verhalen

De meeste pogingen om een online discussie te openen, zijn zaadjes die op de rotsen vallen. Uit een studie van meer dan 40.000 berichten in 99 nieuwsgroepen op Usenet bleek dat 43 procent van de *topic starters* nooit antwoord kreeg; vergelijkbare percentages werden gevonden in andere onderzoeken. De kans om reacties te ontvangen steeg als topic starters iets schreven ter introductie van zichzelf en als ze een expliciet verzoek richtten tot de andere deelnemers.³¹ Dit bevorderde op zijn beurt weer de samenhang binnen de groep: deelnemers die een reactie ontvingen, neigden er vaker toe om opnieuw te posten in de groep, met name als zij nieuwkomers waren (Burke et al. 2007).³²

Door zichzelf voor te stellen, tonen forumdeelnemers hun welwillendheid. Dit is een voorbeeld van een ethotechniek.³³ Welke retorische technieken kunnen forumdeelnemers nog meer gebruiken om hun ethos te versterken? Hoewel ethotechnieken in online discussies weinig onderzocht zijn, kon op basis van de literatuur de volgende lijst worden opgesteld (zie voor een uitgebreidere verantwoording Burger & Anemaet 2011):

-
- 31 Burke et al. (2007) analyseerden een beperkt aantal technieken, maar deden dat op een stevige empirische en experimentele basis. De correlatie tussen de technieken en het aantal antwoorden werd vastgesteld aan de hand van automatische inhoudsanalyse van een steekproef bestaande uit 40.931 Usenet-berichten. De mate waarin de respons het *gevolg* was van de technieken werd onderzocht door in een aantal berichten de aanwezigheid van introducties en verzoeken te variëren en ze nogmaals te posten. 'Group introductions' (zoals 'I've been lurking here a while') verdubbelden het aantal antwoorden. 'Topic introductions' (zoals 'I was diagnosed with Epilepsy', in alt.support.epilepsy) sorteerden echter geen significant effect. Verzoeken vergrooten de kans op antwoord, maar niet zo sterk als de 'group introductions'.
 - 32 Hoewel Burke et al. (2007) deze introducties en verzoeken labelen als *retorische* strategieën, maken ze geen gebruik van het begrippenapparaat van de klassieke retorica. Dit is kenmerkend voor de studie van online retorica: hoewel het onderwerp enige wetenschappelijke aandacht heeft gekregen (Brummett 2011; Enos & Borrowman 2001; Warnick 2007), zijn retorici op dit gebied schaars.
 - 33 Het verband tussen een verzoek doen en iemands ethos is minder direct; verzoeken zijn daarom niet opgenomen in de lijst van ethotechnieken.

Deskundigheid

- Aangeven dat je wat je zegt, getest hebt.
- Een autoriteit aanhalen.
- Anticiperen op de tegenargumenten en vragen van de tegenstander die op jou als persoon of als bron betrekking hebben.
- Eigen deskundigheid benadrukken, door te verwijzen naar kennis, ervaring en opleiding.
- De afstand tot de bron van het verhaal variëren (uit de eerste, tweede of derde hand).

Eerlijkheid

- Zaken vermelden die in je nadeel lijken.
- Verwijzen naar de eigen eerlijkheid.

Welwillendheid

- De gemeenschappelijkheid benadrukken door eigenschappen van spreker of onderwerp te beklemtonen.
- Het publiek complimenteren en bedanken.
- Een gezamenlijke tegenstander zwart maken.

De retorische techniek die als meest succesvol naar voren kwam uit het onderzoek van Burke et al. (2007), was de volgende. Wie voor het eerst een topic opent in een bepaalde nieuwsgroep of op een forum, kan vertellen dat hij tot dan toe alleen heeft meegelezen, maar nooit gepost; dat hij, in de groepstaal van nieuwsgroep- en forumgebruikers, tot nu toe een *lurker* is geweest. Door zichzelf op deze manier voor te stellen, komt hij eerlijk over: hij bekent iets dat potentieel schadelijk is voor zijn ethos (tot nu toe heb ik alleen van deze groep geprofiteerd zonder zelf bijdragen te leveren), maar wordt daarvoor beloond met een antwoord.

Oring gebruikt in zijn behandeling van de retorica van sagenvertellers een voorbeeld van dezelfde techniek: een arts die vertelt dat hij een paranormale ervaring van een patiënt gelooft en dit ook toegeeft aan zijn collega's, stelt zich bloot aan het risico dat zijn publiek hem onprofessioneel en zelfs belachelijk vindt. Juist doordat hij dit risico neemt, komt zijn verhaal geloofwaardiger over (2008:133).

Variëren van de afstand tot de bron van het verhaal (distancing, footing)

De mate van nabijheid tot het gebeurde die de verteller claimt, is een belangrijk middel om het eigen ethos te verstevigen. Men kan zichzelf presenteren als ooggetuige of zelfs hoofdpersoon, dan wel claimen het relaas uit de tweede hand te vertellen, of uit de derde hand. Potter noemt de relatie tussen spreker en bron *footing*, een term die hij

ontleent aan Goffman: ‘the range of relationships that speakers and writers have to the descriptions they report’ (Potter 1996:122). Oring spreekt van *distancing*.

Moderne sagen (*urban legends*) zijn meermalen gekarakteriseerd als ‘friend-of-a-friend stories’ of ‘FOAF tales’ (Dale 1978), in de veronderstelling dat zo’n indirecte bron typerend zou zijn voor het genre.³⁴ Hoe vaak die verwijzing naar een foaf daadwerkelijk voorkomt, is nooit kwantitatief onderzocht; dat hij frequent voorkomt, maken de vele voorbeelden in sagenverzamelingen wel aannemelijk.

De retorische voordelen van deze formule zijn ook anderen dan sagenonderzoekers opgevallen. De discursieve psycholoog Potter merkt op dat ‘vriend’ en ‘vriend van een vriend’ epistemische termen zijn: ‘vriend’ staat garant voor feitelijkheid – ‘ik hoorde van een vriend dat...’, klinkt geloofwaardiger dan ‘ik hoorde van iemand dat...’. De ‘vriend van een vriend’-formule profiteert aan de ene kant van de epistemische autoriteit van verwijzingen naar vrienden, maar vermijdt anderzijds de claim van een hechte relatie met iemand die iets uitzonderlijks heeft beleefd, waarvan de feitelijkheid ter discussie staat.³⁵ Potter:

The ‘friend of a friend’ construction, then, provides some category entitlement but, at the same time, means the teller is not accountable for gaps, questions and issues with respect to the story: it was just what they heard. What it provides is a trade-off between factuality and deniability. (1996:135)

Oring gebruikt de term *distancing* (2008:133-135) om de verhouding te beschrijven tussen de verteller en de bron van het verhaal. In navolging van Georgina Smith (1981:169) onderscheidt hij drie graden van nabijheid:

- 1) ‘Incorporated’, dat wil zeggen verhalen uit de eerste hand; *personal experience stories*;
- 2) ‘Semi-incorporated’, dat wil zeggen uit de tweede hand: belevenissen die worden toegeschreven aan een kennis, een met name genoemde vriend of een plaatselijke bekendheid.
- 3) ‘Detached’, dat wil zeggen uit de derde hand, zonder vermelding van een bron of identificatie van de hoofdpersonen.

Hoe minder ambigu de bron, en hoe kleiner de afstand tussen bron en verteller, hoe geloofwaardiger het verhaal. De variatie in afstand tot de bron sorteert niet alleen retorisch effect, het is ook tot op zekere hoogte een retorische *keuze*: vertellers kunnen ervoor kiezen om een bron niet te noemen als dat in hun voordeel is. Ook kunnen ze,

34 De nieuwsbrief van ISCLR, de International Society for Contemporary Legend Research, draagt de titel *Foafale News*.

35 Vgl. ook Oring 2008:135.

zoals in het vorige hoofdstuk al bleek (p. 27-28) een verhaal de ene keer vertellen in de eerste persoon, als *personal experience story*, en de andere keer in de derde persoon, of vice versa (Correll 2008; Dégh & Vazsonyi 1974:228; Slotkin 1988).

Wie vertelt dat hem of haar iets uitzonderlijks is overkomen, gebruikt deze technieken. Vertellers gedragen zich alsof ze voor de rechtbank getuigen: ze zijn zich ervan bewust dat hun karakter en hun waarnemingen beoordeeld worden en spreken daarom expliciet en impliciet niet alleen over het gebeurde, maar ook over de bewijskracht van hun verhaal (Bennett 1999:124-137; Goldstein et al. 2007:70-78).

2.3 Logos: een beroep op redelijkheid

Behalve op onze eigen betrouwbaarheid (*ethos*) beroepen we ons als we anderen willen overtuigen op de redelijkheid van onze argumenten. We gebruiken dan het overtuigingsmiddel dat Aristoteles *logos* noemt, niet te verwarren met (formeel) logica. Het vervolg van dit hoofdstuk inventariseert de vaste argumenten in discussies over de waarheid van misdaadverhalen.

2.3.1 Traditionele rechtvaardigingen voor geloof en ongeloof

Aan het begin van dit hoofdstuk heb ik sagen, geruchten, nieuws en wetenschap beschreven als vormen van kennis. Dit zal een aantal lezers verwonderd en misschien zelfs geïrriteerd hebben: gaat het bij sagen en geruchten niet meer om *geloof* dan om kennis? Vanuit constructionistisch perspectief heeft dit onderscheid echter alleen betekenis binnen de onderzochte groep: '[...] *knowledge* is what particular people call the beliefs that they consider to be most justified and true.' (Hufford 1995:19)

Deze benadering is nog geen gemeengoed in de literatuur over sagen. Er is in de folkloristiek echter wel een ontwikkeling zichtbaar die in deze richting voert: een groeiend besef dat folklore iets is van *iedereen*, inclusief de hoogopgeleide, westerse onderzoeker en zijn sociale omgeving, en een daarmee parallel groeiende onwil om de overtuigingen van anderen te karakteriseren als onjuist, irrationeel of achterlijk (Bennett 1987b:1-17; Goldstein et al. 2007:9-16, 66-78; Mullen 2000).

Een van de concrete gevolgen voor het onderzoek naar sagen is dat dit zich niet langer uitsluitend richt op degenen die een bepaald verhaal geloven, maar ook op de debunkers, de spotters en de sceptici. Hun argumenten staan evenzeer in een traditie als argumenten die pleiten vóór de geloofwaardigheid van een sage: zoals er 'traditions of belief' bestaan, zijn er ook 'traditions of disbelief' (Bennett 1987b:82-83, 91-104, 1999; Hufford 1982, 1995; McNeill 2006). Ongeloof in bovennatuurlijke wezens en gebeurtenissen wordt van oudsher gerechtvaardigd met argumenten als: het stoelt niet op ervaring; het berust op hallucinaties, bijvoorbeeld door alcohol, drugs of zware

stress; het zijn onjuiste interpretaties van natuurlijke verschijnselen; het berust op een gebrekkig begrip van kansrekening (Hufford 1982; vgl. Hess 1993; Northcote 2007).

In navolging van Hufford zijn sinds de jaren tachtig een aantal studies van sagen en personal experience stories verschenen die geloof en ongeloof symmetrisch behandelen. Een beperking van deze studies is hun eenzijdige aandacht voor het boven- en buitenaardse: nachtelijke bezoeken door bovennatuurlijke entiteiten, geestverschijningen en spookhuizen, verschijningen van overleden familieleden, ontvoeringen door ufo's en ontmoetingen met Ierse *fairy's*.³⁶ Uitzonderingen zijn de studies van White (2005), over Afrikaanse geruchten over brandweerlieden en anderen die Afrikanen in opdracht van blanken zouden beroven van hun bloed, en van Bennett over mensen die last hadden van een slang in hun ingewanden (Bennett 1997, 2005:3-59).

Die eenzijdige aandacht valt te verklaren uit de mate van onaanvaardbaarheid: claims over ontmoetingen met geesten of buitenaardsen roepen bij aanhangers van een strikt seculier, wetenschappelijk wereldbeeld meer weerstand op dan claims die zich niet verwijderen van het ondermaanse, zoals die over snuff-films of gestolen organen. Toch loont het de moeite ook in discussies over misdaadsagen tradities van geloof en ongeloof te analyseren. De Amerikaanse criminologe Pamela Donovan maakte er een begin mee.

2.3.2 Logos en misdaadsagen: Donovans typologie van geloof en ongeloof

Donovan (2002, 2004, 2007) bestudeerde de manier waarop gebruikers van Usenet eind jaren negentig discussieerden over drie kwesties die herhaaldelijk zijn gebrandmerkt als *urban legend*: snuff-films (extreem gewelddadige porno met opnamen van echte moorden), orgaanroof en ontvoeringen van vrouwen en kinderen uit winkelcentra en pretparken. Haar analyse van dit materiaal (aangevuld met interviews met discussiedeelnemers) concentreert zich op stijlen van geloof en ongeloof en op de functie die deze verhalen hebben voor degenen die erin geloven.³⁷ Vanuit retorisch perspectief betreft haar analyse vooral de *logos*, de argumenten voor en tegen de waarheid van de besproken verhalen.

Scherper dan haar voorgangers richt Donovan de blik op de rol van debunkers. Zij laat zien dat vorm, inhoud en verspreiding van misdaadsagen worden beïnvloed door het debat tussen believers en debunkers. Origineel is ook dat zij onder de believers een kleine groep van fervente gelovigen onderscheidt van een veel grotere en

36 Zie over nachtelijke bezoeken door bovennatuurlijke entiteiten ('the old hag') Hufford (1982); over geestverschijningen en spookhuizen Hufford (1995) en Goldstein e.a. (2007); over verschijningen van overleden familieleden het werk van Gillian Bennett (Bennett 1987b, 1999; Bennett & Bennett 2000); over ontvoeringen door ufo's Bullard (1989, 2010) en Dewan (2006); en over ontmoetingen met Ierse *fairy's* Correll (2005).

37 NB: de volgende samenvatting is gebaseerd op Donovan (2002, 2004, 2007), waarbij ik niet telkens paginaverwijzingen geef, maar wel de samenvatting scheid van mijn commentaar.

invloedrijkere groep van niet-fervente believers. Donovan ziet in haar internetmateriaal drie verschillende vormen van (on)geloof, die geen continuüm vormen: het is in het materiaal duidelijk wie in welke categorie hoort.

1. *Voorwaardelijk of instrumenteel geloof (conditional of instrumental belief)*: de meest voorkomende vorm van geloof. Het geloof van mensen die deze verhalen bruikbaar vinden als waarheden in de context van sociale interactie, geheel los van de vraag of ze wel gebaseerd zijn op conventionele vormen van bewijs.
2. *Fervent geloof (fervent belief)*: dit is het geloof van onder meer de ‘moral entrepreneurs.’ Anders dan de vorige groep zoeken zij empirische bevestiging en beschuldigen ongelovigen van medeplichtigheid en verzwijgen. Fervente *believers* zullen nooit zeggen dat bewijs er niet toe doet of dat we niet kunnen weten wat de waarheid is. Deze vorm van geloof is volgens Donovan als het om misdaadsagen gaat vrij zeldzaam: er zijn wel *moral entrepreneurs* die het verhaal over snuff-films verbreiden, maar geen die de verhalen over orgaanroof of kinderontvoeringen uit warenhuizen en pretparken ondersteunen.
3. *Debunking*: uitgesproken ongelooft. Komt vaker voor dan fervent geloof. Het is ook georganiseerd: in de jaren negentig in de nieuwsgroep alt.folklore.urban, nu vooral rond de website www.snopes.com, een encyclopedisch overzicht van *urban legends*, en rond sceptische organisaties als CSICOP. (In Nederland valt te denken aan www.broodjeaap.nl en de Stichting Skepsis.) Auteurs van boeken over moderne sagen treden ook op als mediagenieke debunkers. Ook debunkers kunnen de rol van moral entrepreneurs spelen.

Standaardversie

Deze drie groepen discussiëren volgens Donovan niet over dezelfde versie van het betwiste verhaal: fervente gelovigen en debunkers twisten vooral over de waarheid van de standaardversie, voorwaardelijke gelovigen beroepen zich ook op afgeleide versies. De standaardversie (*cognate version*) is de modale versie van een verhaal. Deze aan de folkloristiek ontleende term duidt het ‘kernverhaal’ aan, dat gelijk blijft in verschillende tijden en in sommige gevallen in verschillende culturen (Donovan 2007:80).³⁸ Bij snuff-films is de *standaardversie* de claim dat filmmakers tijdens opnamen van een

38 Donovan tekent zelf al aan dat er onder folkloristen onenigheid bestaat over de relatie tussen de *cognate version* en andere versies, waarbij ze verwijst naar Dundes (1989:64, 71) (Donovan 2002:193). Zie verder over versies van afzonderlijke sagen bijv. Bennett (1984) en Ellis (1994), en de radicale deconstructie van het idee van ‘narrative’ in het proefschrift van Lassen (1998). ‘Cognate version’ is overigens zelfs voor folkloristen een obscure term; het van origine Duitse ‘Normalform’ lijkt gebruikelijker (Georges & Jones 1995:128-132; Köhler-Zülch 2002; Virtanen 1997:445).

gewelddadige pornofilm daadwerkelijk een of meer vrouwen hebben vermoord, met het doel deze film te verkopen aan liefhebbers van extreem gewelddadige porno. Bij uitbreiding kan de definitie van snuff ook omvatten: ‘gewone’ gewelddadige porno; opnamen die moordenaars hebben gemaakt van hun moorden zonder het doel deze te verkopen; in de gewone handel verkrijgbare films die opnames bevatten van echte sterfgevallen, zoals de reeks *Faces of Death*; en realistische uitbeeldingen van moorden, ofwel ‘fake snuff’ (Donovan 2004:28). Voor debunkers wijst het bestaan van verschillende versies erop dat het verhaal een sage is, en dus niet waar. Voor de modale believer werkt het juist andersom: het bestaan van verschillende versies versterkt de kracht van de standaardversie (Donovan 2002:193).

Retorische strategieën

De *voorwaardelijke* of *instrumentele believers*, die de grootste groep vormen, gebruiken verschillende retorische zetten (de genoemde voorbeelden zijn ontleend aan het werk van Donovan):

1. *Uitbreiding van de definitie* (*‘expansive definition’*): als adequaat bewijs ontbreekt voor de waarheid van een verhaal, kunnen vergelijkbare zaken en gebeurtenissen die beter gedocumenteerd zijn, worden aangedragen als voorbeelden. In de discussies over snuff-films gaat het vaak over de vraag of de opnamen gemaakt worden voor commerciële doeleinden of slechts voor het plezier van de moordenaar(s).
2. *Inferentieel geloof*: hierbij worden bekende, onomstreden voorbeelden van misdaad en wreedheid aangevoerd als bewijs dat het verhaal plausibel is. De redenering is: er zijn vreselijk wrede mensen, daar kennen we voorbeelden van die door niemand betwijfeld worden – dus dit verhaal kan heel goed ook waar zijn. Omdat er een overvloed bestaat aan gewelddadige pornografie, moeten er ook wel snuff-films bestaan (ook al heeft niemand ze nog gevonden).
Een Nederlands voorbeeld: op het forum van het meidenblad *Yes* wordt gediscussieerd over broodjeapverhalen. ‘Marjoleinnn’ knipt en plakt van de website broodjeap.nl het verhaal van de ‘behaarde lifter’: een oud vrouwtje vraagt een lift aan een meisje. Onderweg ziet de automobiliste dat de liftster harige handen heeft. Met een list weet ze haar passagier uit de auto te praten en neemt de vlucht. In de tas die de liftster achterlaat, zitten slagersmessen. Niet waar, aldus de bron van Marjoleinnn. Maar ‘Madmaddie’ antwoordt:

‘DAT wil ik best geloven dat het niet waar is. Maar het zou wel waar kunnen zijn zoiets, er lopen genoeg gekken rond. Ik ga een oud vrouwtjes dus echt geen lift

geven, of een boomstronk van de weg halen... DAT mensen zulk soort verhalen kunnen bedenken, kan ook betekenen dat mensen ze kunnen uitvoeren...³⁹

3. *Symbolisch geloof*: ingezet wanneer de waarheid van een verhaal bewust werd verdedigd op basis van een 'hogere waarheid'. Het verhaal is consistent met de manier waarop de wereld in elkaar zit volgens de *believer*. Het verschil met de voorgaande techniek is dat bij inferentieel geloof de feitelijke waarheid van het verhaal wordt verdedigd; bij symbolisch geloof wordt het belang van de feitelijke waarheid verkleind. Uit een interview met nieuwsgroepdeelnemer Louise: 'My argument is that the fact that there is a MARKET for fake snuff films is, in itself, disturbing, whether or not real snuff films exist. In other words, whether or not they exist is not as important to me as that there is a market' (Donovan 2004:49).

Een ondersoort van symbolisch geloof is wat Donovan *curatief geloof* noemt. Mensen die het verhaal verbreiden, deden hier vaak een beroep op als ze hun waarschuwingen zagen als positieve sociale daden: de waarschuwing is zinnig, ook als de aanleiding onwaar mocht zijn. Als iemand in een discussie een verhaal aanvecht over ontvoeringen van vrouwen in winkelcentra, reageert ene Val met: 'As for what I posted, I thought that some might find this information valuable. Why would you have a problem with reminding women that there are predators out there, and that some of them can be very creative, is something that makes no sense to me' (Donovan 2004:100).

Uitingen van symbolisch en curatief geloof worden vaak opgeroepen door sceptische aanvallen op de feitelijke waarheid van een verhaal. Deze vorm van geloof is daar immuun voor, aldus Donovan: de weerstand tegen debunking is niet zozeer cognitief als wel affectief of expressief (Donovan 2007:77).

4. *Beschermende onzekerheid ('protective uncertainty')*: hierbij staat 'ik weet het niet' gelijk aan 'je kunt het niet weten' en dus 'je weet maar nooit'. Deze formulering schept ruimte voor de mogelijkheid dat een sage waar is. De voorwaardelijke *believer* geeft er vaak de voorkeur aan niet met zekerheid de waarheid of omvang van het probleem te kennen. Dit is onderdeel van het geloof, geen tegenwicht (2007:77). De *believers* schermen, bewust of onbewust, een gebied af dat ze ontoegankelijk verklaren voor pogingen tot verificatie, en dus voor sceptici. Hierdoor houden ze actief de ambiguïteit van het verhaal in stand. Donovan: 'For Brett, the snuff film is "so illegal, that you would have a very difficult time finding a copy." The key distinction here is not Brett's distance from a copy, but ours that he imputes to the situation' (2004:140).

39 www.yes.nl/yescafe/forums/3/391913/ShowThread.aspx, geraadpleegd 3 sep. 2010.

5. *Beroep op insiderskennis*: je weet dat iets waar is, omdat je toegang hebt tot kennis die voor anderen niet of minder bereikbaar is. Zo wordt in de kettingmail over orgaanroof waarbij het slachtoffer wakker wordt in een badkuip vol ijs en een briefje ziet: ‘Als je wilt blijven leven, bel dan 911’, verwezen naar een echtgenoot die bij de brandweer is en die beroepshalve op de hoogte is van deze bende (Donovan 2004:143).

Donovan besteedt de meeste aandacht aan de retorica van de believers, omdat die volgens haar over een uitgebreider retorisch repertoire beschikken dan de sceptici. De laatsten zijn in het voordeel in discussies over de epistemologie van de standaardversie, maar staan met lege handen als believers de strijd verplaatsen naar de sociale, morele en psychologische betekenissen van de verhalen. Veel meer dan dat misdaadsagen doorgeven blijkt geeft van goedgelovigheid en dat de verhalen tot doel hebben ons angst aan te jagen, hebben ze er niet over te zeggen (Donovan 2004:60).

Aanvullingen

Hoewel het werk van Donovan de retorica van misdaadsagen voor een belangrijk deel in kaart brengt, bevat het een aantal witte plekken.

Om te beginnen baseert Donovan haar typologie op de resultaten van een kwalitatieve inhoudsanalyse van online discussies, aangevuld met interviews met discussiedeelnemers. Een kwantitatieve inhoudsanalyse kan de typologie van geloof en ongelooft steviger funderen.

De casussen die Donovan koos, vertonen beperkingen. De online discussies die zij analyseerde, stammen voor een groot, maar ongespecificeerd deel uit alt.folklore.urban, een nieuwsgroep die bevolkt wordt door debunkers van urban legends (Donovan 2002:191, 2004:6). De drie casussen (snuff-films, orgaanroof, kinderontvoeringen uit warenhuizen en pretparken) betreffen verhalen die vrijwel uitsluitend in de derde persoon worden verteld, reeds lang gelabeld zijn als urban legend en weinig of geen steun vinden in de nieuwsmedia en bij andere instituties: het zijn grotendeels vernaculaire sagen.

Donovans analyse van retorische zetten concentreert zich op logos-aspecten, met name de argumentatie van de ‘voorwaardelijke believers’. Over de andere partijen valt meer te zeggen: debunkers beroepen zich bijvoorbeeld vaak op autoriteiten (nieuwsmedia, medische en andere). De literatuur over ‘traditions of disbelief’ inventariseert standaardargumenten van sceptici tegen geloof in het bovennatuurlijke, die ook van toepassing kunnen zijn op discussies over misdaadsagen.

Verder bevatten Donovans casussen geen discussianten die claimen te spreken op basis van persoonlijke ervaring met een van de genoemde delicten. Er bestaan echter misdaadsagen die wel met regelmaat in de eerste persoon worden verteld. Ook hier kan de literatuur over tradities van geloof en ongelooft, die vaak betrekking heeft op *personal experience stories*, aanknopingspunten bieden. Ook blijft door de concentratie

op het overtuigingsmiddel *logos* het gebruik dat de verschillende partijen van ethos-technieken maken onderbelicht.

Ten slotte behoeft het onderzoek van Donovan aanvulling met materiaal uit andere media dan internetdiscussies. Zijn de vormen van (on)geloof die Donovan onderscheidt bij deelnemers aan internetdiscussies ook te vinden bij journalisten? Hoe verantwoorden deze hun oordeel over de geloofwaardigheid van misdaadsagen? Wat Donovan hierover beweert, miskent de aard en de rol van de nieuwsmedia. In de eerste plaats claimt ze dat nieuwsmedia sagen vrijwel uitsluitend debunken; wanneer ze er geloof aan hechten, gebeurt dat in marginale berichten als columns (2004:8, 101, 204). Dit is een artefact van haar steekproef: die bestaat uit drie sagen die ze juist gekozen heeft omdat ze keer op keer zijn gedebunkt.

Ten tweede miskent ze de rol van nieuwsmedia bij de verspreiding van sagen. Nieuwsmedia berichten volgens Donovan vrijwel uitsluitend sceptisch over sagen, en dragen daarom nauwelijks bij aan hun verspreiding. Misdaadsagen zijn volgens haar een grotendeels informeel fenomeen; ze verspreiden zich voornamelijk via alledaagse gesprekken en e-mail (2004:9).

Dit is een misvatting: zoals individuele sceptici in nieuwsgroepen een onmisbare rol spelen bij de verspreiding van sagen, dragen ook de nieuwsmedia het hunne bij: hun ontkenningen maken het verhaal in wijde kring bekend en geven aanleiding tot nieuwe (online) discussies (Burger 2005).

Uiteindelijk berust Donovans diagnose van de rol van nieuwsmedia op de essentialistische definitie van sagen in het vorige hoofdstuk tekort bleek te schieten: sagen zijn volgens haar apocriefe verhalen die grotendeels onwaar zijn in empirische zin, door gebrek aan documentatie, bewijs en ooggetuigenverklaringen (Donovan 2002:190). Zij maakt hiermee de definitie van de debunkers tot de hare.

Op basis van deze overwegingen zijn twee casussen gekozen om de retorica van misdaadsagen te onderzoeken: de Smileybende en verkrachtingsdrugs. Die keuze wordt nader verantwoord in hoofdstuk 4.

2.4 Besluit: Van de waarheid naar de waarde van het verhaal

In het vorige hoofdstuk bleken objectivistische definities van sagen te kort te schieten als bruikbare omschrijving van de ‘monsterlijke’ verhalen in het nieuws en op webforums die het onderwerp vormen van deze studie. In dit hoofdstuk zijn nieuws en sagen beide gekarakteriseerd als retorische constructies en kregen ze een plaats tussen andere vormen van kennis. Vervolgens is een groot deel van het gereedschap verzameld waarmee in het empirische deel van dit onderzoek het materiaal geanalyseerd wordt. Deze stammen grotendeels uit de klassieke retorica. De voornaamste zijn de drie elementaire overtuigingsmiddelen van Aristoteles: een beroep op de rede (*logos*), op het imago van de redenaar (*ethos*), en op de emoties (*pathos*).

Binnen dit kader kregen ook modernere concepten uit de kennisociologie (grenswerk, paradigmaherstel), de sociale psychologie (bronbetrouwbaarheid) en de discursieve psychologie (*footing*) een plaats. Eerder onderzoek van de criminologe Donovan leverde ten slotte een raamwerk om argumentatieve stijlen van geloof en ongelooft te typeren.

De gereedschapskist is nog niet helemaal gevuld. In dit hoofdstuk stond de retorica van de waarheid centraal, dat wil zeggen de middelen die redenaars (in dit geval: journalisten en forumdeelnemers) gebruiken om te betogen dat een verhaal waar of onwaar is. Logos en ethos zijn hierbij de voornaamste overtuigingsmiddelen.

Het volgende hoofdstuk is gewijd aan de retorica van de waarde: welke middelen gebruiken journalisten en forumdeelnemers om te betogen wat de moraal is van deze verhalen? Hierbij ligt de nadruk op *pathos*, het beroep op de emoties van het publiek. De verhalen uit dit onderzoek worden gebruikt om het publiek te overtuigen van een bepaalde zaak door emoties op te roepen van verontwaardiging, medeleven en angst.

