



Universiteit Utrecht



Een identiteit in het klein

Een beschrijvende functionele analyse van de tekstuele informatie van Madurodam

Eindwerkstuk MA Interculturele Communicatie

Universiteit Utrecht

Student: B. van Hulst

Studentnummer: 5509262

Begeleider: drs. E.N. Besamusca

Tweede lezer: dr. J.D. ten Thije

Datum: 10-04-2019

Aantal woorden: 13.528

Voorwoord

Het heeft tien weken, bloed, zweet, tranen, frustraties, irritaties, geluksmomenten en stressmomenten gekost, maar hij is er. Mijn masterscriptie is een feit. Wederom heb ik een scriptie kunnen schrijven over een typisch Nederlands fenomeen, dus ik denk dat dit nu zo ongeveer mijn handelsmerk is geworden. Mijn bachelorscriptie over Acda en de Munnik deed al menig wenkbrauw rijzen en daar heeft Madurodam nog een flink aantal wenkbrauwen aan toegevoegd. Ik ben nu die jongen van de typisch Nederlandse fenomenen, denk ik. Vind ik ook wel leuk, denk ik.

Enfin, het is allemaal niet vanzelf gegaan. Ik heb een aantal mensen die ik moet bedanken, omdat deze scriptie hier niet had gelegen zonder hen. Allereerst mijn scriptiebegeleider, Emmeline Besamusca. Emmeline, ik heb je deadlines meermaals vervloekt en de momenten dat de helft van mijn materiaal met de grond gelijk werd gemaakt, heb ik ook niet altijd leuk gevonden. Maar elke keer dat ik uit een scriptieoverleg kwam, had ik weer nieuwe handvatten, nieuwe motivatie en nieuwe trots over de helft van mijn materiaal die wél overeind was gebleven. Zonder de wekelijkse deadlines had ik deze scriptie niet in deze vorm af kunnen krijgen en in dat opzicht heb je precies de werkhouding bij me afgedwongen die ik nodig had om dit tot een goed einde te brengen.

Pap, mam, Janneke, jullie wil ik ook bedanken. Ik kon mijn ei bij jullie kwijt als het nodig was en jullie boden me de mogelijkheid om Torenproat en carnaval, de twee evenementen die buiten mijn scriptie de meeste tijd en aandacht hebben gevergd in de afgelopen periode, te combineren met mijn onderzoek. Dat heeft me ongelooflijk geholpen. We zijn al vaker tot de conclusie gekomen dat we niet echt bellers zijn met z'n allen, maar de wetenschap dat ik altijd bij jullie terecht kon, heeft oprecht geholpen.

Ten slotte, misschien wel het belangrijkste, wil ik Daan, Haas en Dyl bedanken. Jullie boden me namelijk de inspiratie voor dit onderzoek door ons tripje naar Madurodam, jullie hoorden mijn gezeur aan als ik niet meer door wilde en jullie boden me afleiding door middel van *last-minute* vakantieplanning, het maken van een bordspel, repetities en algemene steun met behulp van (alcoholvrij) bier. Ik kan me geen betere vrienden bedenken of wensen.

Samenvatting

Op de website van Madurodam wordt dit miniatuurpark beschreven als 'Nederland in een uur'. In het park is volgens de website te zien waar het kleine Nederland groot in is. In deze tijd waarin het debat over de Nederlandse nationale identiteit blijft voortduren door discussies over Zwarte Piet en politici die onder andere spreken over een boreale wereld, focust dit onderzoek zich op het achterhalen van wat het Nederland is dat men in Madurodam in een uur kan zien, door de tekstuele informatie in het park te analyseren met behulp van een beschrijvende functionele analyse, gebaseerd op de omschrijving van de traditionele functionele analyse door Karreman & Van Enschoot (2013). Waar de functionele analyse veelvuldig is toegepast op instruerende en overtuigende teksten, biedt dit onderzoek een methode waarmee informatieve en emotionerende teksten geanalyseerd kunnen worden.

In het contextueel kader wordt aan de hand van Broer (2013) de geschiedenis van Madurodam uiteengezet. Tevens wordt context gegeven aan de hand van onderzoek naar een Portugees (Santos, 2018) en een Turks (Türeli, 2006) miniatuurpark. Naast de functionele analyse worden in het theoretisch kader ook de begrippen 'identiteit' (Hall, 1996), 'nationalisme' (Leerssen, 2015, Anderson, 2006), 'identiteitsverbeelding' (Van Oostrom et al., 2007, Van Oostrom, 2009, Grever et al., 2006) en 'zelfrepresentatie' (Holliday et al., 2004, De Jong, 2001) toegelicht, die in de discussie worden gebruikt om de resultaten mee te duiden. Het corpus beslaat de tekstuele informatie die door Madurodam aan de bezoeker wordt gepresenteerd. Door middel van getranscribeerde opnames en één-op-één overnames van geschreven teksten is het corpus geïnventariseerd.

Uit de analyse blijkt dat Madurodam op een vergelijkbare manier geanalyseerd en bekritiseerd kan worden als de canon van de Nederlandse geschiedenis. Het park richt zich sterk op de Hollandse provincies en grijpt vaak terug naar de zeventiende eeuw. Daarnaast worden watermanagement, tolerantie en de avontuurlijke mentaliteit gepresenteerd als belangrijke onderdelen van de Nederlandse identiteit. Hoewel de tekst in veel gevallen sterk poogt een objectieve beeltenis te geven van de Nederlandse fenomenen, zijn er ook verschillende emotionerende teksten terug te vinden die trots proberen op te wekken met betrekking tot de Nederlandse identiteit en de fenomenen die hieraan zijn gekoppeld.

Dit onderzoek heeft zich enkel gericht op de Nederlandse teksten in Madurodam. Het onderzoeken van de teksten die voor de internationale bezoeker bedoeld zijn, kan nog meer resultaten opleveren. Tevens zou de beschrijvende functionele analyse toegepast kunnen worden op andere teksten die in eerste instantie met name didactisch bedoeld zijn, om zo een breder beeld te scheppen van de invloed die objectief ogende historische informatie kan hebben op de doelgroepen van dergelijke teksten.

Inhoud

Voorwoord	3
Samenvatting.....	4
1. Inleiding	7
2. Context	9
2.1 Oprichting Madurodam.....	9
2.2 Het park.....	10
2.3 Madurodam en Nederland.....	10
2.4 Madurodam internationaal.....	11
2.5 Miniatuurparken	11
2.5.1 <i>Portugal dos Pequenitos</i>	11
2.5.2 <i>Miniaturk</i>	12
2.6 Onderzoeksvraag.....	13
3. Theoretisch kader.....	14
3.1 Identiteit.....	14
3.1.1 Identiteitsvorming.....	14
3.1.2 Nationale identiteit	14
3.2 Nationalisme.....	15
3.3 Identiteitsverbeelding	16
3.4 Zelf-representatie.....	17
3.4.1 Representatie	18
3.4.2 Musealisering	19
3.5 Deelvragen.....	19
3.6 Functionele analyse.....	20
3.6.1 Onderwerp, zender, doelgroep en organisatiedoel.....	20
3.6.2 Communicatieve en consecutieve doelen	20
3.6.3 Teksthandelingen koppelen aan communicatieve doelen.....	21
3.6.4 Evaluatie	21
4. Corpus en methode.....	23
4.1 Corpus.....	23
4.1.1 Informatieboekje.....	23
4.1.2 Plattegrond.....	23
4.1.3 <i>Indoor</i> attracties	23
4.1.4 Activatiezuilen	24
4.2 Inhoudsanalyse.....	24
4.2.1 Informatieboekje.....	24

4.2.2	Plattegrond.....	24
4.2.3	<i>Indoor</i> attracties	24
4.2.4	Activatiezuilen	25
4.2.5	Jaartallen	25
4.2.6	Namen	25
4.2.7	Predicaten.....	25
4.3	Functionele analyse.....	26
5.	Resultaten.....	28
5.1	Inhoudsanalyse.....	28
5.1.1	Jaartallen	29
5.1.2	Namen	30
5.1.3	Predicaten.....	32
5.2	Functionele analyse.....	33
5.2.1	Informatieboekje.....	33
5.2.2	Plattegrond.....	34
5.2.3	<i>Indoor</i> attracties	35
5.2.4	Activatiezuilen	38
6.	Discussie	40
6.1	Welke focus kiest Madurodam in hun keuze voor de tentoongestelde elementen?.....	40
6.2	Welke zwaartepunten legt Madurodam in de aangeboden teksten?	41
6.2.1	Algemene zwaartepunten	41
6.2.2	Heden en verleden	42
6.3	Op welke manier wordt in de tekstuele informatie van Madurodam gesproken over de verschillende elementen?	43
7.	Conclusie	45
	Bronnenlijst	47
	Appendix I: Informatieboekje.....	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
	Appendix II: Plattegrond.....	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
	Appendix III: Transcripten <i>indoor</i> attracties.....	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
	Appendix IV: Transcripten activatiezuilen.....	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
	Appendix V: Tabel jaartallen	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
	Appendix VI: Tabel namen	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
	Appendix VII: Tabel predicaten	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.

1. Inleiding

‘Beleef helden en hoogtepunten’. Dat is de kreet waarmee een bezoeker van de website van Madurodam wordt aangesproken wanneer hij of zij meer informatie over het park wil. Volgens de website laat Madurodam zien waar het kleine Nederland groot in kan zijn aan de hand van ‘miniaturen, doe-dingen en attracties’ (madurodam.nl). Toen ik een aantal maanden geleden in dit park in Den Haag was, viel inderdaad op dat Nederland werd gepresenteerd aan de hand van zijn helden en hoogtepunten, zowel die uit het heden als het verleden. Terwijl ik zag hoe het Nederlands elftal het EK voetbal van 1988 won, ervaarde hoe wij Nederlanders het Haarlemmermeer droog wisten te leggen en zag welke invloed Nederland heeft gehad op het hedendaagse New York, kon ik een gevoel van trots niet onderdrukken. Ik had weer ervaren wat de Nederlandse identiteit was, waarom ik trots was op de natie waar ik deel van uitmaakte. Dat gevoel riep echter ook vragen op.

Toen koningin Máxima, toen nog als prinses, in 2007 zei dat dé Nederlander niet bestond en dat de Nederlandse identiteit niet bestaat, kreeg ze daarmee heel Nederland over zich heen. Jan Willem Duyvendak (2008) wijt deze negatieve reacties aan een absolutistische denkwijze, die voortkomt uit onzekerheid naar migranten toe. Ons relativisme zou ervoor zorgen dat we geen duidelijke identiteit hebben die we naar de nieuwe inwoners van ons land kunnen communiceren. Duyvendak beargumenteert dat Máxima wel degelijk een punt had. De Nederlandse identiteit als eenduidig bestempelen en naar voren brengen zou niet alleen onjuist zijn, maar ook niemand verder helpen (Duyvendak, 2008).

Terwijl ik deze scriptie aan het schrijven was, werd Utrecht opgeschrikt door een schietpartij in een tram, vlak voor de Provinciale Statenverkiezingen. Wederom zette dit het debat over de Nederlandse identiteit op scherp. Mark Rutte zei dat Nederland moest laten zien dat het sterker was dan het terrorisme. Thierry Baudet en Geert Wilders stelden dat deze aanslag voortkwam uit het migratiebeleid, dat in zijn huidige vorm zowel ons land als alles waar ons land voor staat zou bedreigen. Nederland en datgene waar Nederland voor staat werden door de politici niet gedefinieerd. In zijn overwinningsspeech leek Baudet een duidelijker beeld te scheppen van wat volgens hem Nederland is, toen hij sprak over de bedreiging van de boreale wereld, waarmee hij doelde op het noordelijke deel van Europa, dat bedreigd werd door migratiestromen.

De Nederlandse identiteit als begrip keert op deze manier, ondanks het feit dat hij niet eenduidig bestaat, veelvuldig terug in onze politiek en maatschappij. Het is derhalve verwonderlijk dat Madurodam, dat inmiddels al meer dan 65 jaar bestaat en zegt ‘Nederland op zijn grootst’ (madurodam.nl) en ‘Nederland in een uur’ (madurodam.nl) te laten zien, nog niet is onderzocht in het licht van nationale identiteitsverbeelding. Dit onderzoek brengt daar verandering in.

In het volgende hoofdstuk zal enige context worden geboden rondom Madurodam, waarna ik in het theoretisch kader toelichting zal geven bij begrippen als nationalisme, identiteit en zelf-

representatie. De analysemethode die ik voor dit onderzoek gebruik is een beschrijvende functionele analyse, waarbij het oorspronkelijke analyseproces is omgedraaid en de evaluatieve stap wegvalt. Bij mijn weten is een dergelijk onderzoek nog niet eerder gedaan en het is derhalve interessant om te kijken of deze onderzoeksmethode effectief blijkt te zijn voor het genereren van betrouwbare onderzoeksresultaten.

2. Context

Dit hoofdstuk biedt enige context omtrent het fenomeen Madurodam. Zowel de geschiedenis als het heden worden belicht, evenals twee miniatuurparken uit Portugal en Turkije.

2.1 Oprichting Madurodam

In haar masterscriptie doet Broer (2013) de geschiedenis van Madurodam uit de doeken aan de hand van verscheidene archiefstukken. Haar scriptie geeft een goede indruk van hoe Madurodam ontstaan is en welke personen invloed hebben gehad op het ontstaan en de vormgeving van het park. Tevens wordt in de scriptie besproken op welke manier er is geadverteerd in binnen- en buitenland in de eerste jaren van het bestaan van Madurodam. Uit haar onderzoek blijkt dat het culturele element van Madurodam in veel opzichten ondergeschikt leek aan het commerciële doel. Zij concludeert echter ook dat deze verschillende elementen niet zonder elkaar kunnen en gezamenlijk Madurodam hebben gemaakt tot wat het was.

Broer noemt Bep Boon-Van der Starp als de voornaamste initiator van Madurodam. Boon-Van der Starp kreeg het idee toen zij in Engeland het miniatuurdorp Bekonscot bezocht. Dit park bestond uit een miniatuurlandschap waar treinen doorheen reden. De grote bezoekersaantallen genereerden een groot bedrag aan entreegelden, die door Roland Callingham, de maker van Bekonscot, werden gedoneerd aan ziekenhuizen in Londen (Broer, 2013). Boon-Van der Starp zag mogelijkheden om eenzelfde park op te richten in Nederland, om daarmee geld in te zamelen voor het Nederlands Studenten Sanatorium (NSS), dat medische zorg en mogelijkheden tot studievoortgang verschafte aan tuberculosepatiënten. Boon-Van der Starp was zelf namelijk actief betrokken bij het NSS, dat behoefte had aan extra financiering (Broer, 2013).

Madurodam heeft zijn inrichting en uitstraling te danken aan Siebe Jan Bouma, een architect die ook directeur was van het Openluchtmuseum te Arnhem en van het Zuiderzeemuseum in Enkhuisen. Hij wilde van Madurodam met name een cultureel, didactisch verantwoord park maken (Broer, 2013). Zijn doelstelling was het bouwen van een park dat eruit zag als een Nederlandse stad, waarin alles naar voren komt wat belangrijk is voor Nederland op het gebied van culturele, staatkundige, stedenbouwkundige, bouwkundige, technische en landbouwkundige aspecten (Broer, 2013).

Het startkapitaal en de naam van het park zijn te danken aan Jossy en Rebecca Maduro. Nadat hun zoon George tijdens de Tweede Wereldoorlog was omgekomen, wilden zij graag een monument voor hem oprichten. Hiervoor hadden zij een bedrag van 50.000 gulden over (Broer, 2013). Het contact tussen Boon-Van der Starp en de familie Maduro kwam tot stand doordat de dochter van Bep Boon-Van der Starp, Els, samen met George Maduro had gestudeerd in Leiden en samen met hem in het verzet had gezeten gedurende de Tweede Wereldoorlog. Boon-Van de Starp

wist de familie Maduro over te halen om te investeren in het nog te bouwen park, door te beargumenteren dat hiermee zowel hun doelstelling om een monument voor hun zoon op te richten, als de doelstelling om een goed doel te koppelen aan de naam van hun zoon bereikt zouden worden. Gezamenlijk droegen deze actoren bij aan het Madurodam dat in 1952 werd geopend (Broer, 2013).

Vandaag de dag zijn deze drie actoren en hun doelstellingen niet direct meer terug te vinden op de website van Madurodam. Op de website wordt met name de amusementswaarde van het park aangehaald, waarbij af en toe nog wel gesproken wordt over bijvoorbeeld het ontdekken van alles over vliegen en het ontdekken van Hollandse kazen (madurodam.nl), waaruit blijkt dat didactische elementen wel degelijk nog een rol spelen in het park. Het feit dat Madurodam is opgericht als oorlogsmonument en fondsenwerver, is op de website pas terug te vinden wanneer men gericht op zoek gaat naar informatie over de organisatie achter Madurodam.

2.2 Het park

De miniatures, de oorspronkelijke attractie van Madurodam, beslaan nog steeds het grootste gedeelte van het park. In totaal staan er 81 miniatures verspreid over het volledige park, met kleine poppetjes die in en tussen de miniatures staan. Voor de kinderen zijn er twee speeltuinen: een Nijntje-speeltuin voor de kleintjes en voor de wat oudere kinderen is er een speciale Waddenzee-speeltuin. Om het park interactiever te maken zijn er zogenaamde doe-dingen geplaatst door de jaren heen. Bezoekers krijgen zo bijvoorbeeld de mogelijkheid om educatieve spelletjes te spelen, een eigen DJ-hit te creëren en een 3D-scan te laten maken waarmee je een miniatuurversie van jezelf kan laten printen.

Door het park heen zijn verschillende activatiezuilen te vinden, waarvoor je een speciaal pasje nodig hebt. De zuilen geven informatie over Nederlandse fenomenen en de mogelijkheid tot het activeren van je pasje. Met je geactiveerde pasje kun je de resultaten van de verschillende doe-dingen in de inbox van het doorgegeven e-mailadres ontvangen.

De meest recente toevoeging aan het park zijn de indoor-attracties. In drie van deze attracties worden de bezoekers door verschillende (stem)acteurs toegesproken alsof ze onderdeel zijn van een belangrijk historisch Nederlands moment. In de weken dat dit onderzoek wordt uitgevoerd, is er een verbouwing bezig bij Madurodam. Verschillende doe-dingen en miniatures zijn hierdoor niet bereikbaar.

2.3 Madurodam en Nederland

Broer zet in haar masterscriptie uiteen hoe Madurodam zich binnen Nederland profileerde. In advertenties kwam voornamelijk naar voren dat het park educatief verantwoord was en dat men er de combinatie van historisch en modern Nederland kon aanschouwen (Broer, 2013). Het charitatieve

karakter van Madurodam werd ook vaak naar voren gehaald in de advertenties: er werd duidelijk kenbaar gemaakt dat de inkomsten naar het Nederlands Studenten Sanatorium zouden gaan. Daarnaast werd in de advertenties aandacht geschonken aan George Maduro en de rol die hij in de oorlog gespeeld had (Broer, 2013).

De reacties op Madurodam waren veelal positief en met een bezoekersaantal van 320.000 in oktober van het eerste jaar, kan er gesproken worden van een park dat in zijn eerste jaar al succesvol was (Broer, 2013).

2.4 Madurodam internationaal

Madurodam begon vrijwel direct met adverteren in het buitenland. Interessant hierbij, is dat in de buitenlandse advertenties de historische kant van het park sterker werd geprofileerd dan de moderne kant. Madurodam profileerde zich naar het buitenland toe als Nederland in het klein (Broer, 2013). Tevens werd er in de Amerikaanse advertenties aandacht geschonken aan het Vredespaleis, dat met Amerikaanse steun is gebouwd. Op deze manier probeerde men ook Amerikaanse bezoekers met een gevoel van trots naar het park te lokken. De Engelstalige folders gaven, in tegenstelling tot de Nederlandse, minder of geen informatie over het charitatieve of monumentale karakter van Madurodam.

Madurodam werd in het buitenland positief ontvangen. Het park werd opgenomen in verscheidene bezoeken en Madurodam had al snel een plek verworven tussen namen als Amsterdam, Rotterdam, Volendam en Marken (Broer, 2013).

Waar Madurodam voor Nederlanders een feest van herkenning was, was het voor internationale toeristen een plek waar de Nederlandse historie in een kort tijdsbestek kon worden bekeken. Deze combinatie heeft tot het succes van het park geleid.

2.5 Miniatuurparken

Madurodam en Bekonscot zijn niet de enige miniatuurparken in de wereld. Türelı (2006) stelt dat miniatuurparken een globaal fenomeen zijn en dat het idee voortkomt uit de wereldtentoonstellingen die de volledige Westerse beschaving wilden tentoonstellen. In de onderstaande paragrafen zullen miniatuurparken uit Portugal en Turkije worden besproken.

2.5.1 Portugal dos Pequenitos

Portugal dos Pequenitos is een Portugees miniatuurpark dat in 1940 is gebouwd in opdracht van het toenmalige regime, om uit te drukken hoe sterk de koloniale grootmacht Portugal was. Vandaag de dag bestaat het park nog steeds, vrijwel onveranderd, maar nu niet als representatie van Portugal maar dat van alle Portugeessprekende landen (Santos, 2018). Het feit dat deze doelstelling is

aangepast, laat zien dat de nationale identiteit ten opzichte van 1940 sterk is veranderd. Santos omschrijft het park als een first-place. Zij omschrijft dit als een plek waaraan sociale identiteit ontleend kan worden. Die sociale identiteit kan tweeledig zijn voor iemand die als volwassene het park opnieuw bezoekt: men ontleent de identiteit aan de eigen geschiedenis die is ontstaan toen men als kind het park bezocht, maar men ontleent ook identiteit aan de nationale geschiedenis die het park uitdrukt. Santos omschrijft deze first-place als hyperreal, een staat waarin fictie en non-fictie door elkaar heen lopen. Dit geldt voor het Portugese park, omdat gepretendeerd wordt dat Portugal en de (voormalige) koloniën harmonieus samenleven of samenleefden, terwijl dit historisch gezien onjuist is (Santos, 2018).

Deze casus is interessant met betrekking tot Madurodam. We zien immers de tweeledigheid als het gaat om de vorming van sociale identiteit zowel in Portugal dos Pequenitos als in Madurodam. Bovendien rijst bij Madurodam ook de vraag: in hoeverre is er sprake van een hyperreal first-place?

2.5.2 *Miniaturk*

Miniaturk is een miniatuurpark in Turkije dat is gebaseerd op Madurodam. In 2003 werd de bouw afgerond en de bezoekersaantallen lopen in de miljoenen (Türeli, 2006). Het voornaamste doel van *Miniaturk* is volgens Türeli om de burgers het gevoel te geven dat de natie een eenheid is en dat men het Turkse burgerschap gaat zien als iets wat voortkomt uit een gedeelde cultuur (Türeli, 2006). *Miniaturk* is gebouwd in opdracht van de Turkse overheid, wat voor Türeli reden is om te stellen dat het park moet uitdragen dat het land goed bestuurd wordt. Daarnaast moet het park de illusie van onverdeeldheid wekken. Türeli geeft aan dat er een verdeeldheid heerst in Turkije, waarbij er een strijd is tussen mensen die de Ottomaanse geschiedenis en de geschiedenis van de Republiek Turkije aanhangen. De gebouwen waarvan een miniatuur is gemaakt zijn gebaseerd op originaliteit en representativiteit. Hierbij is het interessant dat gebouwen uit de Ottomaanse tijd enkel langs de rand van het park worden getoond, terwijl de meer centrale miniaturen voortkomen uit Anatolië en Istanboel (Türeli, 2006).

Türeli stelt dat *Miniaturk* een poging is om burgerschap te veralgemeniseren en om een duidelijke nationale identiteit tentoon te stellen, waardoor de Turkse burger ook duidelijk weet in welke lijn dit burgerschap staat (Türeli, 2006). Het grote verschil tussen *Miniaturk* en Madurodam is echter dat Madurodam in principe niet onderhevig is aan overheidsbemoediging en derhalve minder fungeert als politiek middel.

2.6 Onderzoeksvraag

Waar *Miniaturk* met name gericht is op het uitdragen van een eenheid in Turkije en *Portugal dos Pequenitos* een positief beeld over de Portugese geschiedenis en de samenwerking met de voormalige koloniën wil uitdragen, is bij Madurodam minder duidelijk wat het precieze doel van het park is. Er is weinig tot geen overheidsinspraak in het park, waardoor van nationalistische overheidspropaganda geen sprake kan zijn. Van oorsprong had Madurodam als doel om geld in te zamelen voor het goede doel, een eerbetoon te geven aan George Maduro en om van educatieve waarde te zijn voor het Nederlandse volk, maar waar ligt nu de focus in het hedendaagse Madurodam?

Onderzoeksvraag: Welke zwaartepunten legt Madurodam in de tekstuele informatie die het park voorlegt aan de bezoekers?

3. Theoretisch kader

In dit hoofdstuk worden de begrippen 'identiteit', 'nationalisme', 'identiteitsverbeelding' en 'zelf-representatie' toegelicht. Tevens worden de deelvragen van dit onderzoek gepresenteerd, evenals de functionele analyse die zal fungeren als belangrijkste onderzoeksmethode.

3.1 Identiteit

3.1.1 Identiteitsvorming

Volgens Hall (1996) wordt identiteit geschapen door de overeenkomsten die een persoon heeft met een andere persoon of groep op het gebied van bijvoorbeeld afkomst of karakteristieken. Hall stelt dat identiteit onderdeel is van representatie. De manier waarop wij onszelf uiten komt volgens hem niet voort uit onze identiteit. In grote mate is het volgens hem juist andersom. Aan de hand van de manier waarop wij onszelf presenteren naar de buitenwereld, vormen wij een identiteit.

Geschiedenis, taal en cultuur worden gebruikt om een identiteit te scheppen, waarbij de onderdelen gebruikt worden die voor de identiteit voordelig zijn, terwijl andere aspecten van de geschiedenis, de cultuur en de taal voor het gemak niet worden meegenomen in het scheppen van de identiteit (Hall, 1996). Men bouwt dus een identiteit op aan de hand van de gemeenschappelijke deler die men heeft met een andere persoon of groep, waardoor een sociale identiteit ontstaat. Men wordt onderdeel van een groep doordat men zich identificeert met de geschiedenis en karakteristieken van deze groep, maar deze geschiedenis en karakteristieken worden door de groep zelf geselecteerd en vervolgens onderdeel gemaakt van de identiteit. Dit onderzoek richt zich met name op een specifieke vorm van sociale identiteit: de nationale identiteit.

3.1.2 Nationale identiteit

Leerssen (2015) stelt dat de nationale identiteit inderdaad wordt opgebouwd rondom de karakteristieken en geschiedenis die een natie gezamenlijk deelt. De bevestiging van wat valt binnen de nationale identiteit is volgens hem in veel gevallen goed zichtbaar. Zo worden er bijvoorbeeld musea opgericht die de traditie van de natie proberen te laten zien. Op deze manier kan men de eigen nationale identiteit bepalen en weergeven (Leerssen, 2015).

Musea zijn echter niet de enige manier waarop nationale identiteit naar voren komt. Brand & Van der Sijs (2007) merken op dat taal ook een belangrijk onderdeel is van nationale identiteit. In 1855 stelde parlementariër J. van Lennep zelfs dat een land zonder taal geen aanspraak zou mogen maken op de naam natie. Het feit dat in 2007 de Nederlandse taal officieel is opgenomen in de grondwet (Brand & Van der Sijs, 2007), laat zien dat taal nog immer van belang is voor het wij-gevoel en daarmee de natie.

Dick Pels (2007) beschrijft hoe de Nederlandse identiteit zich heeft ontwikkeld gedurende de geschiedenis. Waar Nederland volgens hem eerst nog geen sterk nationale identiteit had, wellicht ook door het feit dat het uit verschillende deelstaten bestond die allemaal een eigen identiteit hadden, klinkt in de jaren 1740-70 steeds meer de roep naar een nationale identiteit. Die roep naar een nationale identiteit hield vooral in dat men wilde dat Nederland weer één land zou worden, in plaats van een samenvoeging van zeven provinciën. Dat deze eenheid moeilijk te bereiken was, blijkt uit het feit dat Nederland verzuilde. Geen enkele zuil was representatief voor dé Nederlandse identiteit (Pels, 2007). Toen na de Tweede Wereldoorlog het land heropgebouwd moest worden, was nationale identiteit een zeker taboe geworden. De verzuiling was echter ook grotendeels ten einde gekomen, waardoor Nederland in een post-nationaal tijdperk op zoek moest gaan naar een natievorm die het nooit eerder had gehad. In de huidige politiek is men voornamelijk op zoek naar de Nederlandse identiteit ten opzichte van de Europese identiteit (Pels, 2007).

Een concrete nationale identiteit waar een volledige natie achter staat lijkt niet gevonden te kunnen worden. Toch is de roep naar een eenduidige nationale identiteit niet van de lucht, zoals blijkt uit het bouwen van musea en het opnemen van de Nederlandse taal in de grondwet. Deze ontwikkelingen kunnen niet los gezien worden van het nationalisme.

3.2 Nationalisme

In zijn boek 'Nationalisme' beschrijft Joep Leerssen wat nationalisme is en op welke manieren het tot uiting komt. Hij omschrijft nationalisme als de ideologie dat staat en natie samengevoegd zouden moeten worden tot een natiestaat (Leerssen, 2015). Nationalisme is in de politiek volgens Leerssen niet iets dat zich beperkt tot bepaalde politieke stromingen. Zo hebben in 2006 de voormannen van het CDA en de SP, Maxime Verhagen en Jan Marijnissen, samen voorgesteld om een Nationaal Historisch Museum op te richten (Leerssen, 2015). Leerssen stelt dat de Europese, romantisch-culturele variant van het nationalisme die in de negentiende eeuw een grote opmars heeft gemaakt, voornamelijk geworteld is in traditie en dat deze traditie voornamelijk invloed heeft op het natiebesef door middel van culturele zaken als historische herinneringen, gewoontes en materieel erfgoed. Door deze cultuur is elke natie anders dan andere naties en is het van belang dat de natie in cultureel opzicht goed onderhouden wordt (Leerssen, 2015).

Om de termen natie en nationalisme af te kunnen bakenen en uiteen te kunnen zetten, biedt Anderson (2006) het concept *imagined community*. Volgens hem is de natie zoals wij hem kennen *imagined* omdat niet iedereen binnen een bevolkingsgroep elkaar kent, ooit gezien heeft, of ooit zelfs maar van elkaar heeft gehoord. Desondanks hebben al deze mensen het idee dat ze iets met elkaar gemeen hebben, omdat ze onderdeel zijn van dezelfde groep. Dat deze mensen bij elkaar horen, komt dus eigenlijk puur voort uit het feit dat ze denken dat ze bij elkaar horen (Anderson,

2006). De natie is volgens Anderson ook gelimiteerd, omdat er, hoewel elastisch, grenzen zijn aan de natie. Sommige mensen horen er wel bij en andere mensen horen er niet bij (Anderson, 2006). Desondanks blijft er wel sprake van een *community*, een gemeenschap, omdat er sprake is van een groep mensen die zich met elkaar verbonden voelt, omdat zij onderdeel zijn van dezelfde natie. Dit gaat zelfs zo ver dat ze in een oorlog bereid zijn om te sterven voor hun natie en daarmee voor een groep mensen waarvan ze het merendeel niet kennen noch ooit zullen leren kennen (Anderson, 2006).

Volgens dit principe berust de natie dus puur op het idee van mensen dat zij bij elkaar horen en daarmee een volk zijn. Hieruit komt het nationalisme voort: men draagt uit wat de natie is en waar hij voor staat. De nationale identiteit wordt hiermee steeds verder geschapen, omdat men een selectie moet maken van wat wel en niet representatief is voor de natie en haar identiteit. Om deze reden wordt op politiek en cultureel vlak steeds meer aandacht gegeven aan wat de natie inhoudt, door bijvoorbeeld de taal van de natie op te nemen in de grondwet en de musea te stichten die moeten uitdragen wat onze natie inhoudt. Hieruit komt het principe van identiteitsverbeelding voort.

3.3 Identiteitsverbeelding

Zoals uit de tekst hiervoor blijkt, is het vaststellen van een nationale identiteit bijzonder moeilijk, om niet te zeggen onmogelijk. De verbeelding van deze identiteit is derhalve nog veel moeilijker. Desalniettemin is de vraag om deze verbeelding niet van de lucht; zie bijvoorbeeld de eerder vermelde roep om een Nationaal Historisch Museum. Een van de meest directe vormen van verbeelding van de nationale identiteit vinden we terug in de canonvorming. In opdracht van de Nederlandse politiek is onder leiding van Frits van Oostrom een canon gemaakt van de Nederlandse geschiedenis. Terugblikkend vallen hierbij verschillende dingen op. Van Oostrom et al. (2007) geven aan dat, na opstelling van de canon, verschillende (groepen) mensen ontevreden waren. Zo werd als kritiek geleverd dat de bètawetenschappen onderbelicht waren in de canon, evenals de verzuiling en de invloed van het Christendom. Tevens waren verscheidene provincies ontevreden over hun aandeel in de canon. Limburg en Friesland bleken niet tevreden met hun aandeel en de kritiek dat er te veel gefocust was op het gewest Holland was niet van de lucht (Van Oostrom et al., 2007).

Grever et al. (2006) uiten als kritiek op deze canon dat het bijvoorbeeld al moeilijk vast te stellen is wanneer we nu over de staat Nederland kunnen spreken. De hunebedden in Drenthe staan bijvoorbeeld wel binnen onze landsgrenzen, maar zijn daar al neergezet ver voordat deze landsgrenzen werden gecreëerd (Grever et al., 2006). Tevens geven Grever et al. aan dat het afbakenen van de Nederlandse identiteit ook meebrengt dat bepaalde dingen die ook binnen Nederland voorkomen, niet worden belicht. Zij noemen in dit kader bijvoorbeeld de provincies Noord-Brabant en Limburg, de economische geschiedenis van Nederland en de katholieke cultuur.

Hieruit voortkomend wordt de vraag gesteld wat nu de criteria zijn voor iets canoniek geacht kan worden voor Nederland (Grever et al., 2006).

Het verweer dat Van Oostrom in 2009 geeft op de verschillende kritieken, is onder andere dat de canon gezien moet worden als een methodologie en niet als een ideologie (Van Oostrom, 2009). Volgens Grever et al. (2006) is dit onderscheid echter niet zo gemakkelijk te maken. Volgens hen kan identiteit niet los worden gezien van collectieve herinnering (Grever et al., 2006). Het optekenen van een geschiedenis kan derhalve niet los worden gezien van de vorming en uiting van een identiteit.

De oorzaak van deze kritiek ligt in de eerder besproken onduidelijkheid omtrent de nationale identiteit. Iedere persoon en iedere groep heeft een ander beeld van wat wel en niet onderdeel is van de nationale identiteit en daarmee representatief is voor de natie waarin men zich bevindt. Deze verschillende beelden hebben te maken met het proces van beeldvorming. In het kader van beeldvorming wordt door Joep Leerssen (2007) het woord *image* opgeworpen. Een *image* is 'een mentaal discursief beeld' (Leerssen, 2007, p. 342) dat een persoon of groep over een specifieke persoon of groep heeft. Dit houdt in dat een *image* wordt geconstrueerd door zowel de zender als de ontvanger. Een *image* klopt vaak niet met de werkelijkheid en berust niet op feiten. Het is bedacht door de persoon of groep zelf. Leerssen omschrijft verschillende soorten *image*, te beginnen met het *auto-image*. Het *auto-image* is het beeld dat een persoon, groep, of natie van zichzelf heeft (Leerssen, 2007). Een Nederlander kan bijvoorbeeld van mening zijn dat de Nederlandse natie positief tegenover homoseksualiteit staat. Dit hoeft echter niet te kloppen: niet iedereen in Nederland staat positief tegenover homoseksualiteit en het homohuwelijk. De tegenhanger van het *auto-image* is het *hetero-image*: de manier waarop een bepaalde persoon, groep, of natie een andere persoon, groep of natie ziet (Leerssen, 2007). Wanneer een nieuw *image* ontstaat van bijvoorbeeld een natie, wordt dit een *counter-image* genoemd (Leerssen, 2007). Denk hierbij bijvoorbeeld aan het *image* van Duitsland, dat aan de ene kant gezien wordt als streng, rechtlijnig en direct, maar aan de andere kant ook als het land van grote pullen bier en braadworsten tijdens *Oktoberfest*. Het ene *image* verdrijft het andere *image* vrijwel nooit. In plaats daarvan stapelen de *images* zich als het ware op, waardoor een *imageme* geconstrueerd wordt (Leerssen, 2007).

3.4 Zelf-representatie

De debatten over het *auto-image* van een natie hangen sterk samen met de debatten over de natie en de nationale identiteit. Welke aspecten van de geschiedenis en de cultuur van een natie zijn wel en niet representatief voor wat de natie is en waar deze voor staat? De verschillende uitingen van wat de natie is, kunnen worden gezien als zelf-representaties.

3.4.1 Representatie

In hun boek *Intercultural communication* beschrijven Holliday et al. representatie als de manier waarop een andere cultuur of natie wordt verbeeld en derhalve ook gezien. Volgens Holliday et al. komt representatie voort uit de noodzaak tot essentialiseren (Holliday et al. 2004). Essentialisme houdt in dat een bepaalde groep mensen, uiteraard ten onrechte, wordt teruggebracht tot een algemene essentie. Er wordt geen rekening gehouden met de individuele kenmerken van de mensen in de groep en uitingen en handelingen van de individuen worden toegeschreven aan hun onderdeel-zijn van deze groep (Holliday et al., 2004). De noodzaak om te essentialiseren komt voort uit het feit dat het ondoenlijk is voor mensen om alles tot in detail te nuanceren, waardoor het indelen in groepen het alternatief is. Het probleem dat hieruit echter voortkomt, is dat men deze essentialistische visies ook projecteert op de ander (Holliday et al., 2004). Een term die hier sterk mee samenhangt, is *othering*. *Othering* houdt volgens Holliday et al. in dat iemand die tot een bepaalde groep behoort, een andere groep vooral bekijkt met betrekking tot de verschillen die tussen de twee groepen bestaan. De Ander wordt hierdoor gereduceerd tot datgene wat de Zelf niet is (Holliday et al., 2004). Leerssen (2015) spreekt in dit kader over silhouettering. De Ander wordt gebruikt als achtergrond waartegen de Zelf zich kan profileren (Leerssen, 2015). Bij representatie wordt vaak gebruik gemaakt van de beelden die heersen over de Ander. In de media, door de overheid en in het onderwijs wordt bijvoorbeeld al vaak gebruik gemaakt van de heersende ideeën met betrekking tot andere groepen (Holliday et al., 2004). Representatie is bijvoorbeeld duidelijk zichtbaar in het discours over vluchtelingen. Deze mensen worden door sommige instanties gerepresenteerd als oorlogsvluchtelingen, terwijl andere instanties het bijvoorbeeld hebben over gelukszoekers. Men probeert hiermee de manier waarop door mensen naar deze groep gekeken wordt te beïnvloeden.

In het geval van representatie zoals hierboven beschreven, is er eigenlijk sprake van drie verschillende actoren die een rol spelen: de groep die wordt gerepresenteerd, de representerende instantie en de groep tegenover wie de andere groep gerepresenteerd wordt. In het geval van Madurodam is er echter sprake van zelf-representatie. Hierbij zijn de representerende groep, gerepresenteerde groep en de groep waaraan gerepresenteerd wordt, in principe gelijk. Zoals Paolo Favero (2010) met betrekking tot Italië beschrijft, kan zelf-representatie leiden tot het vergeten van fouten en misdaden, waardoor de geschiedenis opnieuw kan worden geschreven (Favero, 2010). Dergelijke zelf-representaties zien we ook terug in bijvoorbeeld de Verenigde Staten. Dit land wordt door de inwoners meer dan eens gepresenteerd als *the greatest nation on Earth*.

3.4.2 Musealisering

Wanneer men de natie wil representeren door middel van het stichten van een museum, vindt er zogenaamde musealisering plaats. In zijn boek 'De dirigenten van de herinnering' (2001) definieert Ad de Jong dit als het plaatsen van voorwerpen in een museum, of, in bredere zin: het zo goed mogelijk bewaren van bijvoorbeeld huizen en interieurs om weer te kunnen geven hoe zij in de historie bestonden (De Jong, 2001). De Jong brengt het belangrijke perspectief dat de verbeelding van een volkscultuur absoluut iets anders is dan de volkscultuur zelf, omdat de nieuwe verbeelding in een andere context geplaatst wordt en derhalve zijn oorspronkelijke waarde en functie verliest (De Jong, 2001). Bij het bestuderen van Madurodam is het van belang om dit in gedachten te houden. Madurodam heeft uiteraard geen originele artefacten die het tentoonstelt, maar verscheidene belangrijke Nederlandse gebouwen zijn er wel in het klein nagebouwd en daarmee gemusealiseerd. Zij moeten dan ook niet alleen gezien worden als kleinere uitvoeringen van de oorspronkelijke gebouwen, maar tevens als verbeelding van de volkscultuur. De Jong geeft ook aan dat men in Nederland, wanneer men historisch gezien zichzelf wil duiden, vaak teruggrijpt naar de Gouden Eeuw (De Jong, 2001). Ook dit kan van belang zijn wanneer gekeken wordt naar wat Madurodam uitbeeldt, wanneer het gaat om bijvoorbeeld historische bouwwerken.

3.5 Deelvragen

Uit de bovenstaande informatie komen verschillende vragen voort met betrekking tot Madurodam. De fysieke elementen en (terugkerende) tekstelementen die te vinden zijn in Madurodam kunnen aan de hand van de bovenstaande theorie en begrippen worden onderzocht, waaruit de volgende twee deelvragen voortkomen:

Deelvraag 1: Welke focus kiest Madurodam in hun keuze voor de tentoongestelde elementen?

Deelvraag 2: Welke zwaartepunten legt Madurodam in de aangeboden teksten?

Vervolgens zijn niet alleen de elementen zelf, maar ook de manier waarop over deze elementen gesproken wordt van belang. Hieruit volgt de volgende onderzoeksvraag:

Deelvraag 3: Op welke manier wordt in de tekstuele informatie van Madurodam gesproken over de verschillende elementen?

Om antwoord te kunnen geven op de bovenstaande vraag, ga ik gebruik maken van een beschrijvende functionele analyse.

3.6 Functionele analyse

Volgens Karreman en Van Enschoot (2013) vindt de functionele analyse zijn oorsprong in de taalhandelingstheorie, waarvoor Austin en Searle de basis hebben gelegd. Zij beweren dat iedere uitspraak die iemand doet, in feite ook een handeling is. Karreman en Van Enschoot onderscheiden vier verschillende stappen binnen de functionele analyse.

3.6.1 Onderwerp, zender, doelgroep en organisatiedoel

De eerste stap is het achterhalen wat het onderwerp van de tekst is, wie de zender is, wie de doelgroep is en welk organisatiedoel de zender wil bereiken. Er wordt specifiek geschreven over het achterhalen van de zender en niet het achterhalen van de schrijver. In sommige gevallen wordt het schrijven van een tekst namelijk uitbesteed aan een professionele schrijver of een team van professionele schrijvers (Karreman en Van Enschoot, 2013).

Het vaststellen van de doelgroep van de tekst is van belang omdat deze vaak niet volledig overeenkomt met de lezers van de tekst. Een lezer kan een tekst lezen die niet voor hem bedoeld is (Karreman en Van Enschoot, 2013). Zo kan een man de lezer zijn van een advertentie voor maandverband, maar hij zal eigenlijk nooit onderdeel van de doelgroep zijn.

Daarnaast is er in teksten ook vaak nog sprake van een zogenaamde aangesproken of geïmpliceerde lezer (Karreman en Van Enschoot, 2013). Om bij het volgende voorbeeld te blijven kan de zender van een advertentie van een specifiek merk maandverband zich richten op vrouwen die dit merk al vaker gebruiken, of op vrouwen die normaal gesproken een ander merk gebruiken.

3.6.2 Communicatieve en consecutieve doelen

De volgende stap is het achterhalen van de verschillende communicatieve doelen van een tekst, evenals het consecutieve doel (een verandering in het gedrag van de lezer). Karreman en Van Enschoot onderscheiden zes verschillende communicatieve doelen, die te vinden zijn in tabel 1.

Communicatief doel	Cognitieverandering
Informereren	De doelgroep weet dat...
Overtuigen (van feiten) (van meningen)	De doelgroep gelooft dat... De doelgroep vindt dat...
Opiniëren	De doelgroep heeft een mening over...
Instrueren	De doelgroep is in staat om...
Activeren	De doelgroep is van plan...

Emotioneren	De doelgroep voelt...
-------------	-----------------------

Tabel 1: communicatieve doelen

Een tekst heeft volgens Karreman en Van Enschoot bijna altijd meerdere communicatieve doelen (Karreman en Van Enschoot, 2013). Aan de hand van de verschillende communicatieve doelen wordt een communicatief doelenschema opgesteld. Hierin worden de doelen van de tekst opgetekend en door middel van pijlen aan elkaar verbonden. Het kan bijvoorbeeld zo zijn dat de tekst als doel heeft om de lezer ergens toe te activeren, maar dat het hierbij van groot belang is dat hij ook geïnstrueerd wordt over hoe dit aangepakt dient te worden (Karreman en Van Enschoot, 2013). Vaak hebben teksten als doel dat er een bepaalde verandering van het gedrag plaatsvindt bij de lezer. Bijvoorbeeld dat de doelgroep in de supermarkt kiest voor het product waarmee de zender adverteert. Dit noemen Karreman en Van Enschoot het consecutieve doel (2013).

3.6.3 Teksthandelingen koppelen aan communicatieve doelen

Om een succesvolle functionele analyse uit te voeren, moeten tekstonderdelen worden gesegmenteerd aan de hand van verschillende criteria: visuele (witregels, regelindelingen), inhoudelijke (onderwerpen en deelonderwerpen) en talige (titels, kopjes, aankondigende zinnen). Afhankelijk van de lengte van de tekst en diversiteit in de communicatieve doelen worden de tekstdelen groter of kleiner. Er kan dus per alinea, maar ook per zin worden geanalyseerd. De verschillende tekstdelen worden vervolgens geïnventariseerd aan de hand van hun functie, waardoor teksthandelingen bloot komen te liggen. De functies van teksthandelingen zijn eveneens onder te verdelen in informatief, instructief, overtuigend, opiniërend, activerend en emotionerend. Deze verschillende teksthandelingen kunnen vervolgens worden gekoppeld aan de verschillende communicatieve doelen van de tekst (Karreman en Van Enschoot, 2013).

3.6.4 Evaluatie

De laatste stap is het beoordelen van de tekst, om zo te kijken of de doelen bereikt worden en hoe hierbij verbetering gegenereerd zou kunnen worden (Karreman en Van Enschoot, 2013). Hierbij wordt gekeken of de teksthandelingen voldoende samenhangen met de verschillende communicatieve doelen en of deze communicatieve doelen hierdoor ook bereikt worden.

De functionele analyse is door Lentz & Pander Maat (2004) gebruikt om medische bijsluiters te analyseren en te verbeteren, waarbij zij aan de evaluatiestap een extra element hebben toegevoegd in de vorm van een vergelijkend respondentenonderzoek. De ene groep kreeg de oorspronkelijke bijsluiter te lezen en de andere groep de bijsluiter die aan de hand van de evaluatie was aangepast. Beide groepen moesten vervolgens een vragenlijst invullen waaruit bleek hoe goed

de communicatieve en consecutieve doelen bereikt waren. Hieruit bleek dat de gedane aanpassingen het bereiken van de doelen inderdaad ten goede kwamen (Lentz & Pander Maat, 2004).

In dit onderzoek zal gebruik worden gemaakt van een beschrijvende functionele analyse. In het methodehoofdstuk zal worden besproken hoe deze verschilt van de functionele analyse zoals deze normaal gesproken wordt toegepast.

4. Corpus en methode

In dit hoofdstuk wordt het corpus beschreven, evenals de manier waarop dit corpus is verkregen. Daarnaast worden de inhoudsanalyse en de beschrijvende functionele analyse geïntroduceerd.

4.1 Corpus

De tekstuele informatievoorziening van Madurodam levert een corpus op van in totaal 9444 woorden. Hieronder zullen de verschillende onderdelen van het corpus worden besproken.

4.1.1 Informatieboekje

Het informatieboekje wordt aan iedereen gegeven die het park betreedt. Het boekje bevat algemene informatie over het park, evenals een overzicht van alle 81 miniaturen met gemiddeld 41 woorden aanvullende informatie per miniatuur. In totaal bevat het boekje 4045 woorden.

4.1.2 Plattegrond

De plattegrond van Madurodam behoort tevens tot het corpus. Deze plattegrond biedt een zogenaamde '*family fun route*' die een groot deel van het park beslaat. Op de achterkant van de kaart staat bij een aantal attracties en miniaturen een korte uitleg. De uitleg bij de miniaturen is in veel gevallen uitvoeriger dan de uitleg in het informatieboekje en zal derhalve als op zichzelfstaand onderdeel van het corpus worden behandeld. De tekst op de achterkant van de plattegrond bestaat uit 741 woorden.

4.1.3 *Indoor* attracties

In het park bevinden zich vijf *indoor* attracties. De eerste is 'Het verhaal van George', waarin verteld wordt over het leven van George Maduro. In de tweede attractie, 'Het Hof van Nederland', wordt de bezoeker meegenomen naar de Eerste Vrije Statenvergadering te Dordrecht, in 1572. De derde attractie heet 'Zo groot is Oranje'. Deze attractie bestaat enkel uit fragmenten van het Europees Kampioenschap voetbal van 1988, met de daarbij behorende originele Nederlandse commentaren. Enkele woorden uit deze commentaren worden aan de zijkant in grote letters geprojecteerd. Gezien het feit dat hier sprake is van een compilatievideo en niet van een vertelling die door Madurodam zelf is ontworpen, zal deze attractie niet meegenomen worden in het corpus. De vierde *indoor* attractie, 'Nieuw Amsterdam', bestaat uit twee onderdelen. In het eerste deel bevindt de bezoeker zich in een replica van het ruim van een zeventiende-eeuws Nederlands schip. In het tweede deel bevindt de bezoeker zich op de nagebouwde kade van het zeventiende-eeuwse Nieuw Amsterdam, het huidige New York. De laatste *indoor* attractie heet 'De Waterwolf'. Deze attractie is gebaseerd op

de drooglegging van het Haarlemmermeer. De transcripten van alle vier de geanalyseerde attracties bij elkaar leveren een corpus van 2973 woorden op.

4.1.4 Activatiezuilen

De zogenaamde activatiezuilen maken ook onderdeel uit van het corpus. Madurodam kent tien van deze zuilen, die door middel van een pasje kunnen worden geactiveerd. Wanneer ze worden geactiveerd geven zij door middel van een filmpje informatie over een Nederlands fenomeen, zoals de Elfstedentocht. De transcripten van de activatiezuilen leveren gezamenlijk een corpus van 1685 woorden op, wat het gemiddelde brengt op 169 woorden per zuil.

4.2 Inhoudsanalyse

4.2.1 Informatieboekje

Alle informatie uit het boekje is geïnventariseerd en één op één overgenomen. De uitleg bij de miniaturen is opgenomen in een aparte tabel, waarbij het nummer dat in het boekje aan de miniatuur wordt gegeven, de uitleg die in het boekje is toegevoegd en de stad waarin het gebouw oorspronkelijk staat ook direct is overgenomen. Daarnaast is een extra kolom toegevoegd met daarin de provincies waarin de originele gebouwen staan. De overige informatie in het boekje is in een aparte tabel geïnventariseerd. Uit de informatie zijn vervolgens verschillende terugkerende elementen gedestilleerd, die tevens waar mogelijk gebruikt zullen worden bij de functionele analyse.

4.2.2 Plattegrond

De tekst op de achterkant van de plattegrond is één op één overgenomen in een tabel, waarbij wederom de originele nummering gehanteerd wordt. Deze informatie wordt eveneens geanalyseerd aan de hand van terugkerende elementen.

4.2.3 *Indoor* attracties

De vier *indoor* attracties die worden meegenomen in het onderzoek, zijn stuk voor stuk opgenomen door middel van de *voice recorder* op mijn mobiele telefoon. Vervolgens heb ik ze teruggeluisterd en getranscribeerd aan de hand van de principes van Dörnyei (2007). Dit houdt in dat eventuele herhalingen van woorden en geluiden als 'eh' ook zijn getranscribeerd. Deze transcripten zijn in een tabel geplaatst en worden op eenzelfde manier behandeld als de bovengenoemde teksten.

4.2.4 Activatiezuilen

De teksten van de activatiezuilen heb ik opgenomen met mijn mobiele telefoon en vervolgens getranscribeerd volgens de principes van Dörnyei (2007). De teksten behandel ik op eenzelfde manier als de hierboven omschreven teksten.

4.2.5 Jaartallen

Alle jaartallen die worden genoemd in de tekstuele informatie heb ik geïnventariseerd en in een tabel gezet, inclusief het aantal keer dat ze zijn genoemd. Deze heb vervolgens per eeuw waarin ze plaatsvonden gecategoriseerd en wederom in een tabel gezet. Eveneens heb ik alle keren geïnventariseerd dat een specifieke eeuw wordt genoemd en ook hier een tabel van gemaakt.

4.2.6 Namen

De verschillende namen die worden genoemd in de tekstuele informatie heb ik ook geïnventariseerd en inclusief aantal vernoemingen opgenomen in een tabel. Hierbij heb ik alleen de namen geïnventariseerd die buiten de context van Madurodam nog steeds betekenis hebben. Zo heb ik bijvoorbeeld stuurman Jan Kees, uit *indoor* attractie 'Nieuw Amsterdam', niet meegenomen in de tabel, omdat hij geen bestaansrecht heeft buiten Madurodam. Andere fictieve karakters, zoals Langnek en Nijntje, zijn wel opgenomen in de namentabel. Zij zijn immers, ondanks hun fictieve aard, bekend buiten de context van Madurodam.

Bij het inventariseren van de namen zijn titelvernoemingen meegenomen die ontegensprekelijk over één persoon gaan. Wanneer er bijvoorbeeld door een hedendaags karakter wordt gesproken over 'onze koning', kan het niet anders dan dat er gesproken wordt over Willem Alexander. In dit geval is dit dus op dezelfde manier genoteerd als wanneer de naam van Koning Willem Alexander genoemd zou worden.

De verschillende namen zijn, waar mogelijk, gecategoriseerd en als zodanig opgenomen in een nieuwe tabel.

4.2.7 Predicaten

Om een zo goed mogelijk beeld te scheppen van het taalgebruik van Madurodam heb ik ook alle predicaten geïnventariseerd en in een tabel gezet. Hierbij geldt als afbakening van de term predicat dat het een bijvoeglijk naamwoord moet zijn, of een telwoord dat waarde toe kan kennen. Voorbeelden hiervan zijn 'eerste', 'laatste' en 'vele'. De verschillende predicaten zijn ingedeeld in vijf verschillende categorieën: positief, negatief, neutraal, uitzonderlijk en plaats-bepalend.

De positieve predicaten zijn predicaten die vrijwel uitsluitend een positief kenmerken toevoegen aan een zelfstandig naamwoord. Voorbeelden hiervan zijn 'goed', 'leuk' en 'mooi'. Een

negatief predicaat is hier het tegenovergestelde van. 'Slecht', 'vervelend' en 'lelijk' zijn voorbeelden hiervan.

In een groot aantal gevallen kan een predicaat zowel iets positiefs als iets negatiefs toevoegen aan een zelfstandig naamwoord, of simpelweg beschrijvende informatie geven. In deze gevallen wordt het predicaat gecategoriseerd onder 'neutraal'. Voorbeelden hiervan zijn 'groot', 'laatgotisch' en 'nieuw'.

De predicaten die uitgeven dat iets relatief uniek of uitzonderlijk is, zijn gecategoriseerd onder 'uitzonderlijk'. Dit is vaak het geval bij superlatieven, constructies als 'één van de weinige' en woorden als 'monumentaal'.

Ten slotte zijn er predicaten die aangeven uit welk land, regio, of stad het betekende van een zelfstandig naamwoord komt. In dit geval krijgt een predicaat het label 'plaats-bepalend'. Voorbeelden hiervan zijn 'Nederlandse', 'nationale', 'Vlaamse' en 'Amsterdamse'.

4.3 Functionele analyse

De manier waarop ik de functionele analyse ga toepassen wijkt af van de oorspronkelijke toepassing van de functionele analyse. Een functionele analyse wordt normaal gesproken gebruikt om een toetsend onderzoek te doen. Een functionele analyse kent als eerste stap dan ook het beschrijven van het organisatiedoel van de organisatie die de tekst uitgeeft. Gezien het feit dat de functionele analyse vaak wordt toegepast op overduidelijk instruerende of overtuigende teksten, zoals bijsluiters (vgl. Lentz & Pander Maat, 2004), is dit logisch. Het doel van de organisatie is vanaf het begin duidelijk. De volgende stap is het achterhalen van de communicatieve doelen van de verschillende taaluitingen. Bij stap drie worden de verschillende teksthandelingen beschreven en wordt gekeken of ze helpen de communicatieve doelen te bereiken. Als laatste wordt dan de tekst beoordeeld om te kijken of de doelen worden bereikt en hoe dit verbeterd kan worden.

In dit onderzoek ga ik niet toetsen of de doelstelling van Madurodam bereikt wordt. De laatste stap van het proces, waarbij gekeken wordt of de organisatiedoelen bereikt worden, is voor mij derhalve niet relevant. De andere drie stappen pas ik toe in omgekeerde volgorde. Ik ga eerst de verschillende teksthandelingen beschrijven, vervolgens kijk ik wat de communicatieve doelen zijn van de taaluitingen en aan de hand daarvan probeer ik erachter te komen welke doelen Madurodam als organisatie heeft. De verschillende communicatieve en consecutieve doelen van Madurodam analyseer ik vervolgens aan de hand van theorie over nationalisme, identiteit en identiteitsverbeelding.

De taaluitingen zijn, afhankelijk van de lengte van de teksten, gesegmenteerd. Wanneer er sprake is van bijzonder korte teksten, zoals die te zien zijn bij de toelichting op de miniaturen, heb ik vaker gekozen voor het segmenteren op zinsniveau, waarbij soms ook hoofd- en bijzinnen van elkaar

gescheiden worden. Dit heeft te maken met de grote hoeveelheid aan informatie die in een relatief kleine tekst wordt geplaatst.

Om aan te kunnen wijzen van welke communicatieve doelen er sprake is, heb ik aan de hand van Karreman en Van Enschoot (2013) een aantal criteria opgesteld waaraan een uiting moet voldoen om bij een bepaald communicatief doel ingedeeld te worden. Deze criteria zijn te vinden in tabel 2.

Communicatief doel	Criteria
Informereren	De uiting gaat over iets wat zintuiglijk waarneembaar is, of getoetst kan worden.
Instrueren	De uiting omschrijft hoe een handeling uitgevoerd moet worden.
Overtuigen	Er wordt gebruik gemaakt van argumenten, maar men wordt niet aangezet tot fysieke actie.
Opiniëren	Er worden verschillende argumenten gebruikt waarbij beide kanten van een debat belicht worden.
Activeren	De uiting geeft een bevel, verzoek, aanbeveling, uitnodiging, of oproep.
Emotioneren	Er wordt meer informatie gegeven dan strikt noodzakelijk, waarbij vaak gebruik wordt gemaakt van bijvoeglijke naamwoorden, eventueel in de vergrotende of overtreffende trap.

Tabel 2: criteria voor de communicatieve doelen

Het opstellen van deze criteria neemt uiteraard niet weg dat een taaluiting in veel gevallen meerdere communicatieve doelen kan hebben. Zo is de claim dat de Domscore de hoogste kerktoren van Nederland is objectief toetsbaar. Er wordt hier echter meer informatie gegeven dan strikt noodzakelijk, waarbij gebruik wordt gemaakt van een superlatief. In dergelijke gevallen heb ik ervoor gekozen om emotioneren als communicatief doel te hanteren. De vraag is namelijk niet óf er informatie wordt gegeven, maar hoeveel en waarover deze informatie gaat.

5. Resultaten

Dit hoofdstuk staat in het teken van de resultaten die voortkomen uit de inhoudsanalyse en de beschrijvende functionele analyse.

5.1 Inhoudsanalyse

Zoals in het vorige hoofdstuk beschreven heb ik de miniaturen en de toelichting die erbij gegeven is middels een tabel in kaart gebracht, waarbij ik een extra kolom heb aangebracht met daarin de provincie waarin ieder gebouw oorspronkelijk staat. De resultaten van de telling van gebouwen per provincie is te vinden in tabel 3.

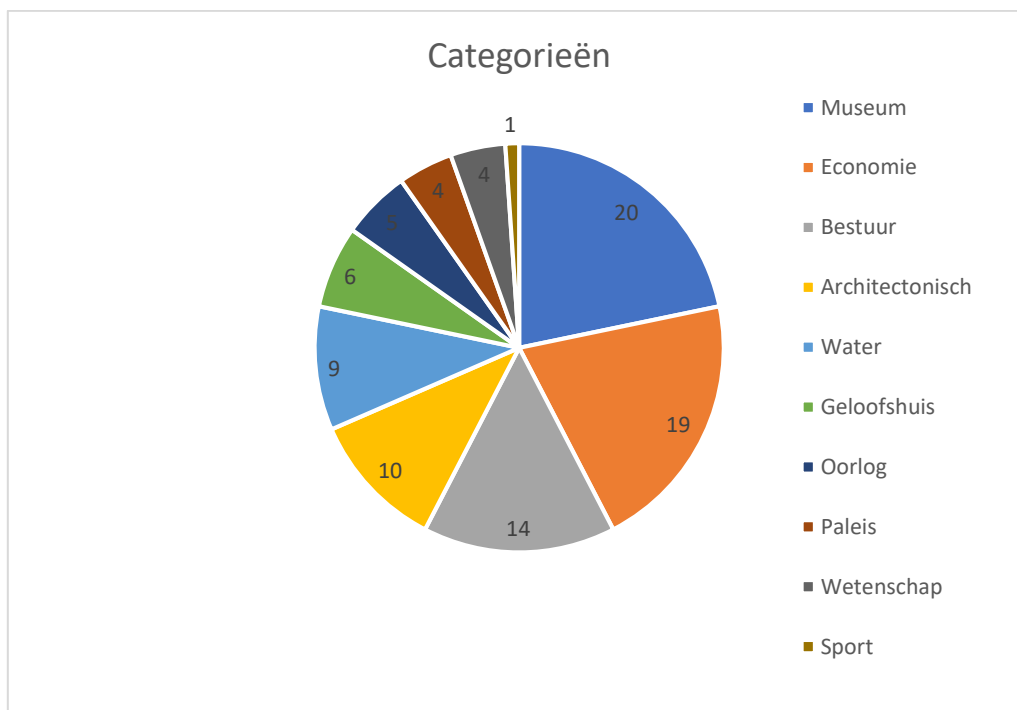
De provincies Noord- en Zuid-Holland nemen 63% van alle miniaturen voor hun rekening. Wanneer we Utrecht hierbij betrekken en zodoende de Randstadprovincies als uitgangspunt nemen, komen we op 72% van alle gebouwen. De stad met de meeste gebouwen die als miniatuur te bewonderen zijn, is Amsterdam. De hoofdstad is de originele locatie van 20 van de 81 miniaturen, waaronder het Anne Frankhuis, de Grachtenpaleizen en het monument op de Dam. Gebouwen uit Flevoland en Drenthe zijn niet opgenomen in de miniatuurencollectie van Madurodam. De twee miniaturen die in de categorie 'overig' vallen, zijn Windenergie en de Tweede Maasvlakte. Bij het miniatuur Windenergie wordt geen locatie weergegeven, omdat het een miniatuur is dat symbool staat voor de verschillende windmolenparken in Nederland en langs de kust. De Tweede Maasvlakte ligt in de Noordzee en is niet toegeschreven aan een specifieke provincie.

Provincie	Miniaturen
Noord-Holland	28
Zuid-Holland	23
Utrecht	7
Gelderland	5
Noord-Brabant	5
Friesland	3
Limburg	3
Groningen	2
Zeeland	1
Overijssel	1
Antillen	1
Drenthe	0
Flevoland	0
Overig	2

Tabel 3: Miniaturen per provincie

Vervolgens heb ik alle miniaturen onderverdeeld in verschillende categorieën aan de hand van de oorspronkelijke functie van de gebouwen waarvan een miniatuur in Madurodam staat (zie

figuur 1). Belangrijk bij dit diagram, is dat elf miniatures bij twee verschillende categorieën ingedeeld konden worden. In dit geval zijn zij bij beide categorieën genoteerd. De categorie 'sport' omvat slechts één miniatuur: de Waterpoort bij Sneek. Dit komt doordat deze miniatuur volledig in het teken staat van de Elfstedentocht en dit het enige sportevenement is waaraan een miniatuur is gewijd. Onder de categorie 'Museum' vallen daarnaast niet enkel gebouwen die functioneren als musea. Museum is in een bredere culturele zin gebruikt, waarbij bijvoorbeeld ook schouwburgen en concertgebouwen zijn ingedeeld in deze categorie.



Figuur 1: Miniaturen per categorie

5.1.1 Jaartallen

De jaartallen die voorkomen in de tekstuele informatie heb ik geïnventariseerd. De tabel met daarin alle jaartallen en het aantal keer dat ze voorkomen per informatiebron en in totaal is te vinden in appendix V. Vervolgens heb ik de jaartallen geïndexeerd per eeuw. Tabel 4 bevat hiervan de resultaten. Met zestig vermeldingen van een jaartal uit deze eeuw is de 19^e eeuw veruit het meest genoemd. Op nummer twee staat de 17^e eeuw, ofwel de Gouden Eeuw, met 32 vermeldingen van jaartallen. In de 11^e tot en met de 16^e eeuw zien we een geleidelijke groei in het aantal vermeldingen, waarna dit aantal bij de 17^e eeuw omhoog schiet om in de 18^e eeuw direct weer sterk te dalen. De 21^e eeuw, de eeuw waarin we nu leven, heeft tien vermeldingen. Van deze tien vermeldingen is 2030 het enige jaartal dat op het moment dat deze scriptie wordt geschreven in de toekomst ligt. Opvallend is echter dat de jaartallen 2017 (tweemaal genoemd) en 2018 (eenmaal

genoemd) worden omschreven in de toekomstige tijd. Hieruit blijkt dat de tekstuele informatie in het informatieboekje en de plattegrond op zijn laatst uit het begin van 2017 dateert.

Eeuw	IB	PG	IA	AZ	Totaal
11 ^e	1	0	0	0	1
12 ^e	1	0	0	0	1
13 ^e	2	0	0	0	2
14 ^e	5	1	0	0	6
15 ^e	8	4	3	1	16
16 ^e	7	0	2	0	9
17 ^e	26	3	3	0	32
18 ^e	5	1	0	0	6
19 ^e	8	1	3	0	12
20 ^e	38	7	7	8	60
21 ^e	6	3	0	1	10
Totaal	107	20	18	10	155

Tabel 4: Jaartalvermeldingen per eeuw

Naast specifieke jaartallen worden ook verschillende eeuwen als zodanig vermeld in de tekstuele informatie. De verschillende eeuwen heb ik geïndexeerd in tabel 5. Hieruit blijkt dat wederom de 11^e eeuw de eerste eeuw is die expliciet wordt benoemd in de tekstuele informatie. De 13^e, 14^e, 16^e, 18^e, 20^e en 21^e eeuw worden niet als zodanig genoemd. De Gouden Eeuw wordt het vaakst aangehaald, gevolgd door de expliciete benaming van deze zelfde 17^e eeuw. In totaal wordt de 17^e eeuw achttien maal aangehaald wanneer de aantallen van de beide benamingen bij elkaar worden opgeteld. De 11^e en 12^e eeuw worden beide eenmaal genoemd, de 15^e eeuw krijgt twee vermeldingen en de 19^e eeuw wordt vijfmaal aangehaald.

Eeuw	IB	PG	IA	AZ	Totaal
11 ^e	1	0	0	0	1
12 ^e	1	0	0	0	1
15 ^e	1	1	0	0	2
17 ^e	5	1	2	0	8
Gouden	7	0	0	3	10
19 ^e	4	1	0	0	5
Totaal	19	3	2	3	27

Tabel 5: Vermeldingen per eeuw

5.1.2 Namen

In de tekstuele informatie komt een groot aantal namen naar voren. Deze zijn, evenals de jaartallen, geïnteriseerd en geïndexeerd, waarbij de volledige tabel te vinden is in appendix VI. Alle namen en het aantal keer dat ze zijn genoemd zijn tevens te vinden in tabel 6. George Maduro blijkt de meest genoemde naam te zijn: de naam van de man waarnaar Madurodam vernoemd is krijgt 28

vermeldingen. Hierbij moet vermeld worden dat 21 van deze 28 vermeldingen terug te vinden zijn in de *indoor* attractie ‘Het verhaal van George’, dat expliciet gaat over het leven van George Maduro. Met elf vermeldingen bezet Anne Frank de tweede plaats. Zij wordt tweemaal aangehaald in het informatieboekje en tweemaal in de tekst op de plattegrond. In beide gevallen gebeurt dit in de informatie over het Anne Frankhuis, waarvan een miniatuur te vinden is in Madurodam. Daarnaast wordt zij zevenmaal genoemd in de tekst van de activatiezuil waarin haar levensverhaal wordt verteld.

Namen

George Maduro (28); Anne Frank (11); Koning Willem Alexander (9); Willem van Oranje (6); Prinses Beatrix (4); Nijntje (4); Koning Willem III (3); Koningin Wilhelmina (3); Johannes Vermeer (3); Frans Hals (3); Rembrandt van Rijn (3); Langnek (3); Peter Stuyvesant (3); Johan de Witt (2); Pieter Post (2); Flipje (2); Hansje Brinker (2); Koning Willem I (2); Jacob van Campen (1); Johan Maurits van Nassau (1); Keizer Frederik (1); Oscar Carré (1); Cornelis Hendrik Pieter (1); Koningin Maxima (1); Lodewijk Napoleon (1); Balthasar Gerards (1); Baron van Brienen (1); Eise Eisinga (1); Charles Foulkes (1); Andrew Carnegie (1); Ir. D.F. Wouda (1); Floris V (1); Ton Alberts (1); Huig Maaskant (1); Jaap Drupsteen (1); B. Merkelbach (1); C.S. Karsten (1); Michel de Klerk (1); Hendrik Petrus Berlage (1); Helene Kröller-Muller (1); Anton Kröller-Muller (1); Heilige Hubertus (1); Gerrit Rietveld (1); Abe Bonnema (1); P.J.H. Cuypers (1); Willem van Kessel (1); Daniël Stalpaert (1); Daniël Marot (1); Hertog van Alva (1); Hertog van York (1); Jan Steen (1)

Totaal: 126

Tabel 6: Vermeldingen per naam

In totaal zijn er 51 namen die gezamenlijk 126 keer worden genoemd in de tekstuele informatie. Aan de hand van deze informatie lijken er vier categorieën te zijn waaronder een groot aantal namen valt, zoals te zien is in tabel 7. Zo worden de namen van de schilders Rembrandt van Rijn, Johannes Vermeer, Frans Hals en Jan Steen gezamenlijk in totaal tien keer genoemd. Een andere interessante categorie is de fictieve persoon. Hieronder vallen Nijntje, Langnek, Flipje en Hansje Brinker, die gezamenlijk in totaal elf keer worden genoemd. Vervolgens hebben we de architecten. Deze worden aangehaald met betrekking tot de door hen ontworpen gebouwen waarvan een miniatuur in Madurodam staat. Er worden zestien architecten genoemd, waarvan Pieter Post de enige is die twee vermeldingen krijgt. Ten slotte zijn leden van het koningshuis een terugkerende factor in de tekstuele informatie. Koning Willem-Alexander, Koningin Máxima, Prinses Beatrix, Koningin Wilhelmina, Koning Willem III en Koning Willem I worden gezamenlijk in totaal 23 keer genoemd. Tevens is het noemenswaardig dat slechts 7 personen genoemd worden die niet Nederlands zijn: Keizer Frederik, Oscar Carré, Balthasar Gerards, Charles Foulkes, Andrew Carnegie, de hertog van Alva en de hertog van York.

Categorie	IB	PG	IA	AZ	Totaal
Koningshuis	14	3	4	1	22
Architecten	12	5	0	0	17
Fictief	5	6	0	0	11
Schilders	5	1	0	4	10
Overig	27	3	29	7	66
Totaal	63	18	33	12	126

Tabel 7: Naamsvermeldingen per categorie

5.1.3 Predicaten

Ik heb uit de tekstuele informatie tevens de verschillende predicaten gefilterd. De tabel met daarin alle predicaten is terug te vinden in appendix VII. Daarnaast zijn alle predicaten en het aantal keer dat ze zijn genoemd terug te vinden in tabel 8. 120 van de 191 predicaten komen slechts eenmaal voor in de volledige tekstuele informatie van Madurodam. Predicaten die wel veelvuldig terugkeren zijn Nederlands(e) (25x), nieuw(e) (15x), groot/grote (12x), klein(e) (11x) en gouden (11x). Tevens worden predicaten vaak gebruikt om een persoon of object te koppelen aan het land van herkomst. Naast het hierboven genoemde Nederlands(e) komen ook Duits(e) (9x), Spaanse (3x), Engelse (3x), Amerikaanse (1x) en Chinees (1x) voor. Bij Nederlands(e) valt overigens nog op te merken dat er ook op verschillende andere manieren naar Nederlandse objecten of personen verwezen wordt. Zo zien we ook de predicaten nationa(a)l(e) (5x), Hollands(e) (5x) en vaderlandse (1x) terug in de tekst.

Predicaten

Nederlands(e) (25); nieuw(e) (15); gro(o)t(e) (12); gouden(11); klein(e) (11); grootste (11); vroeger(e) (10); eerst(e) (10); Duitse (9); hoogste (9); heel/hele (8); goed(e) (6); lange (5); voormalig(e) (5); uniek(e) (5); wereldberoemde (5); nationa(a)l(e) (5); Hollands(e) (5); alle (5); hele (5); bijzondere (4); gotische (4); oudste (4); vele (4); Amsterdamse (4); woeste (4); andere (4); juiste (4); beroemde (3); één van de grootste (3); één van de belangrijkste (3); oorspronkelijke (3); internationa(a)l(e) (3); Romeins(e) (3); middeleeuws(e) (3); Spaanse (3); persoonlijke (3); dubbele (3); mooi(e) (3); verschillende (3); ijzeren (3); Engelse (3); elke (3); joods(e) (3); aangrijpende (2); belangrijke (2); belangrijkste (2); nog werkende (2); huidige (2); allergrootste (2); ongeschonden (2); karakteristiek(e) (2); prachtige (2); officiële (2); succesvolle (2); mooist(e) (2); een van de meest vooraanstaande (2); enig(e) (2); moderne (2); duurzaam(e) (2); economisch (2); knap(pe) (2); audiovisueel (2); leuke (2); Noord-Hollands(e) (2); open (2); dezelfde (2); zwaar/zware (2); geheime (2); bevroren (2); speciale (2); radicale (1); megalange (1); Romaanse (1); grijze (1); arme (1); laatgotisch (1); gerestaureerde (1); één van de weinig bewaard gebleven (1); één van de weinig overgebleven (1); oude (1); opmerkelijk (1); stenen (1); allerbelangrijkste (1); zestienhoekige (1); Utrechtse (1); neoclassicistische (1); nooit voltooid (1); Haagse (1); drukt bezochte (1); voor publiek toegankelijke (1); neogotische (1); neorenaissancistische (1); typisch(e) (1); sfeervolle (1); tegenwoordige (1); welvarend (1); kostbare (1); één van de meest dramatische (1); betere (1); allernieuwste (1); luxueus (1); actuele (1); schilderachtige (1); één van de mooiste (1); allermooist (1); kokende (1); gesmolten (1); Amerikaanse (1); gelijknamige (1); supergrote (1); monumentale (1); antroposofische (1); rechte (1); Groningse (1); interactief (1); kunstmatig (1); innovatieve (1); totale (1); gekleurde (1); lekker (1); onconventionele (1); bekende (1); extreme (1); lichtend (1); harde (1); angstaanjagende (1); onmogelijke (1); blijvende (1); vergeten (1); echt (1); avontuurlijke (1); zakelijk (1); komende (1); oranje (1); bewegende (1); vaderlandse (1); Vlaamse (1); kolkende (1); omliggende (1); blote (1); onwaarschijnlijke (1); knappe (1); hardwerkende (1); dreigende (1); volle (1); gevulde (1) onmetelijke (1); muzikaal (1); verdraaide (1); ruime (1); spannende (1); sterkste (1); opgestroopte (1); witte (1); vrolijke (1); vrolijkste (1); onontdekte (1); moeilijke (1); sterkere (1); aanstormende (1); heldhaftige (1); diepe (1); levende (1); inspirerende (1); technische (1); natte (1); vruchtbare (1); zogenaamde (1); extra (1); flauwe (1); alledaagse (1); snelste (1); schonere (1); afgewerkte (1); warm (1); verre (1); Chinees (1); dure (1); pluizig (1); rijke (1); centrale (1); barre (1); stoere (1); winterse (1); bittere (1); laatste (1); aardige (1); verliefde (1); gewone (1); levensgevaarlijk (1)

Totaal: 431

Tabel 8: Vermeldingen per predicaat

In tabel 9 is het aantal genoemde predicaten per categorie geïnventariseerd. De neutrale, of althans niet eenduidig positieve of negatieve, predicaten zijn veruit in de meerderheid en beslaan bijna de helft van alle keren dat er een predicaat gebruikt wordt in de tekstuele informatie. Daarnaast valt op dat predicaten die de uitzonderlijkheid van een zelfstandig naamwoord aangeven ook 78 keer voorkomen in totaal. De positieve predicaten zijn aanzienlijk vaker aanwezig dan de negatieve

predicaten. Predicaten die een plaats aangeven komen in totaal 63 maal voor, waarbij het interessant is om te benoemen dat hiervan 36 keer verwezen wordt naar de Nederlandse natie.

Predicaat	IB	PG	IA	AZ	Totaal
Neutraal	108	12	49	42	211
Uitzonderlijk	43	12	17	6	78
Plaats	39	3	18	3	63
Positief	31	1	17	11	60
Negatief	4	0	4	6	14
Totaal	225	28	105	68	426

Tabel 9: Aantal genoemde predicaten per categorie

5.2 Functionele analyse

Om de functionele analyse zo volledig mogelijk uit te voeren, moet eerst in het algemeen bepaald worden wie de zender is en wie de doelgroep. De zender, in brede zin, is Madurodam. Deze zender valt wellicht op te delen in verschillende sub-zenders. Zo kan er sprake zijn van een creatief team dat een bepaalde *indoor* attractie heeft ontworpen, of een tekstbureau dat de teksten voor het informatieboekje heeft geschreven. Desalniettemin is Madurodam de zender van de tekstuele informatie, omdat zij vanuit hun naam deze informatie verstrekken.

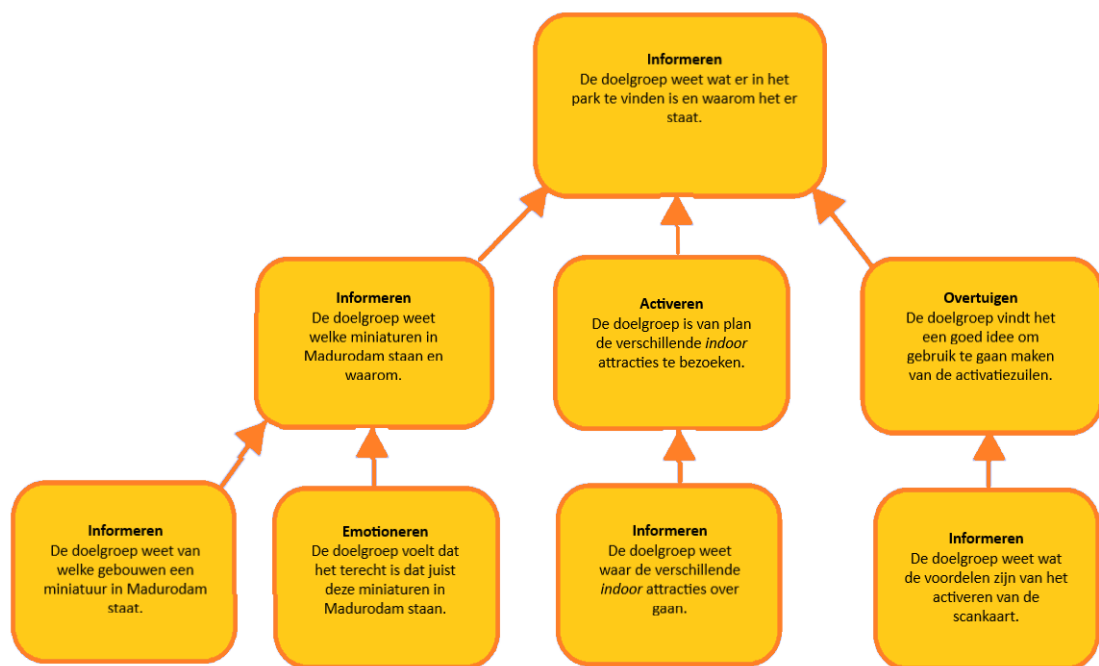
De doelgroep voor de gebruikte teksten is het Nederlandssprekende publiek dat op Madurodam afkomt. Alle informatie die in het corpus is meegenomen, is informatie die wordt uitgereikt aan bezoekers wanneer zij het park betreden, of wanneer zij al in het park zijn. Er is dus in principe geen sprake van een breder publiek waarvoor reclame wordt gemaakt. Dat bijvoorbeeld een informatieboekje meegenomen wordt naar huis, alwaar het ook door iemand kan worden gelezen die het park nog nooit bezocht heeft, maakt in deze niets uit.

5.2.1 Informatieboekje

De omschrijving van de miniaturen is veelal informatief van aard. Er zijn slechts drie miniaturen waarbij geen enkele zin staat aangemerkt als informatief, namelijk het Rijksmuseum, Kinderdijk en de bloemenveiling. Deze drie tekstjes bevatten wel degelijk informatie, maar de tekst is gericht op het emotioneren van de doelgroep en niet in eerste instantie op het verstrekken van de informatie. In de toelichting van 43 miniaturen komen emotionele taalhandelingen voor. Het is hiermee de tweede meest voorkomende taalhandelingssoort. In één toelichting komt een instruerende taalhandeling naar voren: de toelichting bij de Marsfabriek. Ten slotte is er een overtuigende taalhandeling te vinden bij de toelichting op het miniatuur Windenergie.

In de rest van het informatieboekje zijn de taalhandelingen meer uiteenlopend. Informerende uitingen zijn nog altijd terug te vinden in zes van de acht tekstjes, maar hetzelfde geldt voor segmenten die emotioneren als doel hebben. Tevens komt een activerende taalhandeling voor

in zes van de acht teksten en wordt in vier van de acht teksten een overtuigende taalhandeling gebruikt. De enige soorten taalhandelingen die niet voorkomen in de algemene informatie zijn opiniëren en instrueren. Aan de hand van de analyse van de taalhandelingen heb ik een tabel gemaakt waarin de verschillende communicatieve doelen uiteen worden gezet. Zie hiervoor figuur 2. Het voornaamste doel van het informatieboekje is informeren, maar om deze informatie zo goed mogelijk over te brengen wordt er vaak gebruik gemaakt van emotionerend taalgebruik. Het activeren en overtuigen komt met name voort uit het doel om de doelgroep een zo goed mogelijk beeld van het park te geven.



Figuur 2: Doelenboom informatieboekje

5.2.2 Plattegrond

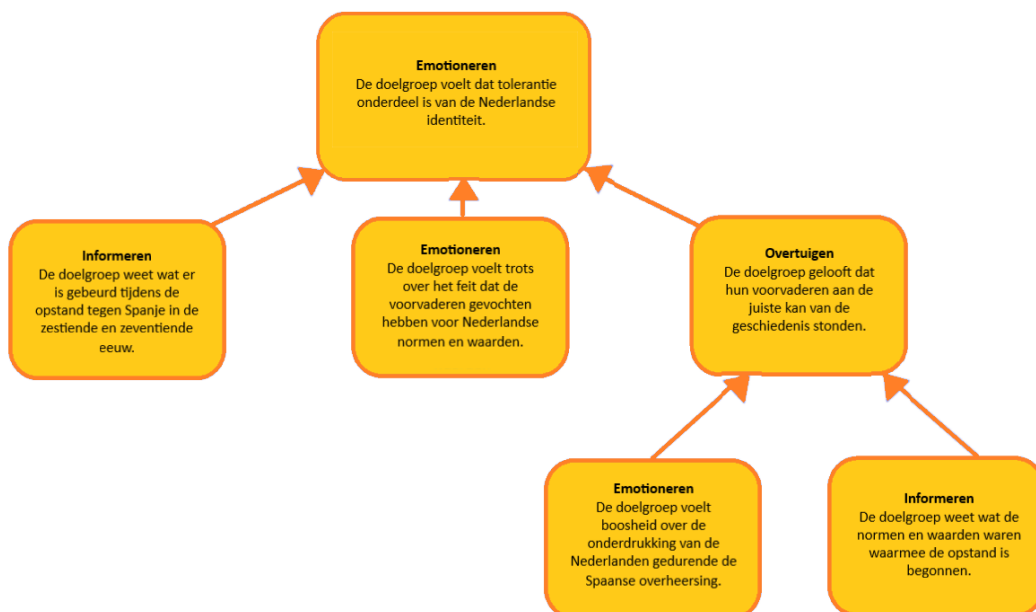
In de teksten op de achterkant van de plattegrond wordt wederom voornamelijk geïnformeerd. Alle vijftien teksten bevatten op zijn minst een puur informatief element. In zeven van de vijftien teksten zijn ook emotionerende taalhandelingen te ontwaren. Daarnaast komen activerende taalhandelingen in deze teksten vaak naar voren: acht van de vijftien tekstjes bevat een activerende taalhandeling. In figuur 3 heb ik door middel van een doelenboom inzichtelijk gemaakt welke communicatieve doelen een rol spelen. Wederom is het informeren van de doelgroep het belangrijkste doel, waarbij de doelgroep tevens geactiveerd en geëmotioneerd wordt.



Figuur 3: Doelenboom plattegrond

5.2.3 Indoor attracties

In de *indoor* attracties komen de emotionerende taalhandelingen sterker naar voren. De attractie Hof van Nederland bevat bijvoorbeeld erg veel emotionerend taalgebruik. 304 van de 404 uitgesproken woorden vallen binnen een emotionerende taalhandeling. In de tekst komen verder de communicatieve doelen informeren en overtuigen naar voren. In figuur 4 zijn de doelen van deze attractie inzichtelijk gemaakt. Emotioneren is in deze tekst het hoofddoel. Om dit doel te bereiken wordt informatie gegeven en wordt de doelgroep overtuigd van het feit dat Nederland aan de juiste kant van de geschiedenis staat.



Figuur 4: Doelenboom indoor attractie Hof van Nederland

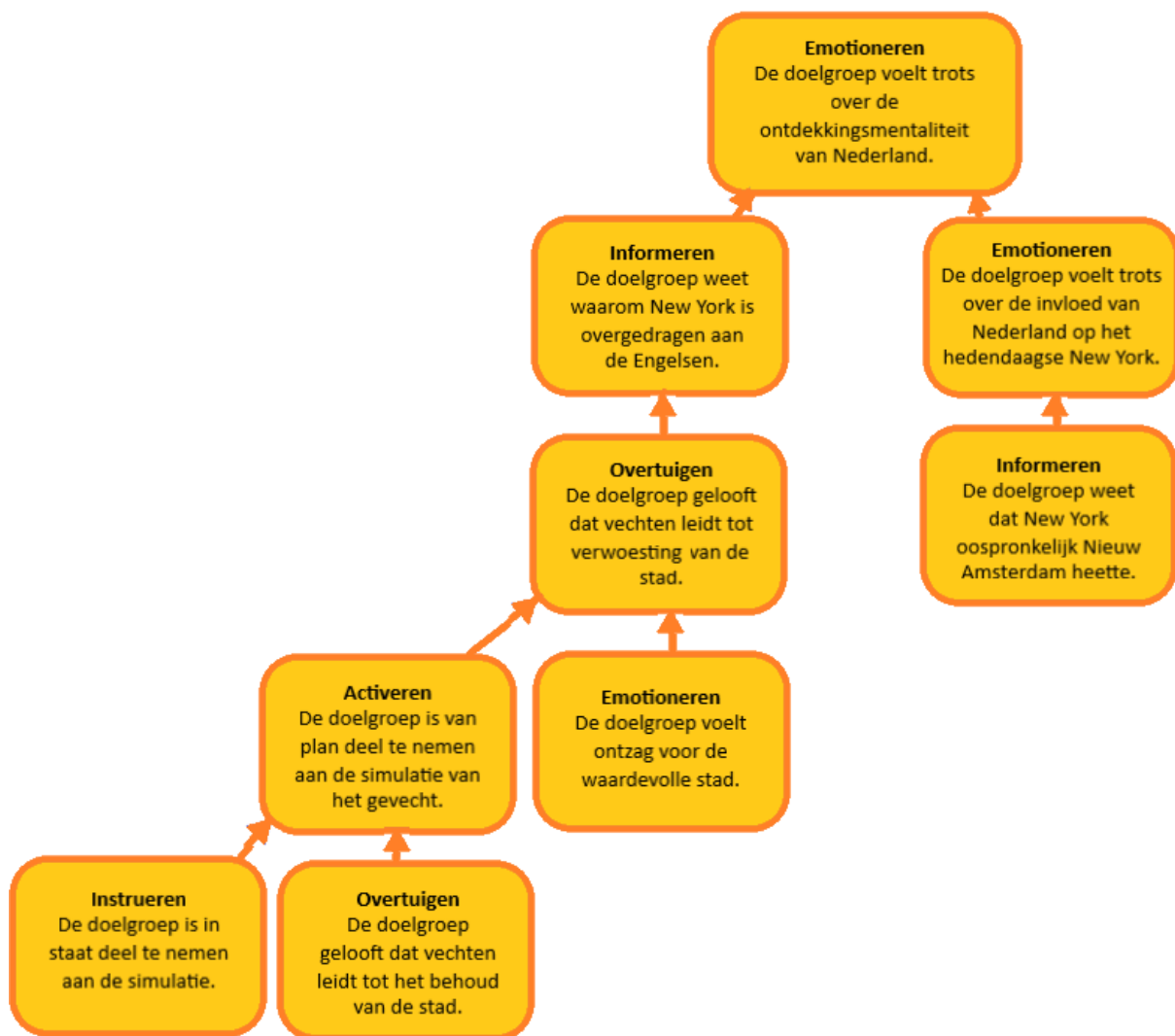
In de attractie Waterwolf komt het emotionerende aspect ook veelvuldig naar voren. Men probeert spanning, angst en trots te genereren door middel van het taalgebruik. Daarnaast zijn er in de tekst van deze attractie veelvuldig instruerende taalhandelingen terug te vinden. Dit komt voort uit het feit dat deze attractie in hogere mate interactief is gemaakt. De doelgroep moet zelf aan verschillende wielen draaien en op die manier wordt het idee gecreëerd dat de doelgroep zelf deelneemt aan het droogleggen van het Haarlemmermeer. De instruerende taalhandelingen komen voort uit het feit dat de doelgroep wel moet weten wat hij moet doen. Om deze zelfde reden wordt er ook gebruik gemaakt van activerend taalgebruik. De attractie probeert de doelgroep te activeren om deel te nemen aan de attractie. In figuur 5 heb ik inzichtelijk gemaakt welke communicatieve doelen voortkomen uit de gevonden taalhandelingen. Het hoofddoel van deze attractie is het emotioneren van de doelgroep. Hierbij wordt gebruik gemaakt van informatie en interactie. Voor deze interactie zijn activerende, emotionerende, informerende en instruerende taalhandelingen van belang.



Figuur 5: Doelenboom indoor attractie Waterwolf

De langste attractie, Nieuw Amsterdam, bevat wederom veel emotionerende taaluitingen. De doelgroep wordt in een situatie geplaatst waarin vaak spanning wordt opgebouwd en waar meermaals gespeeld wordt met humor. Aan het einde wordt de doelgroep direct aangesproken en worden kwaliteiten aan de doelgroep toegeschreven. In het tweede deel van de attractie bevindt zich, net als in de Waterwolf, een interactief element. Hierbij komen wederom activerende teksthandelingen kijken, evenals instruerende, opdat de doelgroep weet wat hij moet doen. Tevens

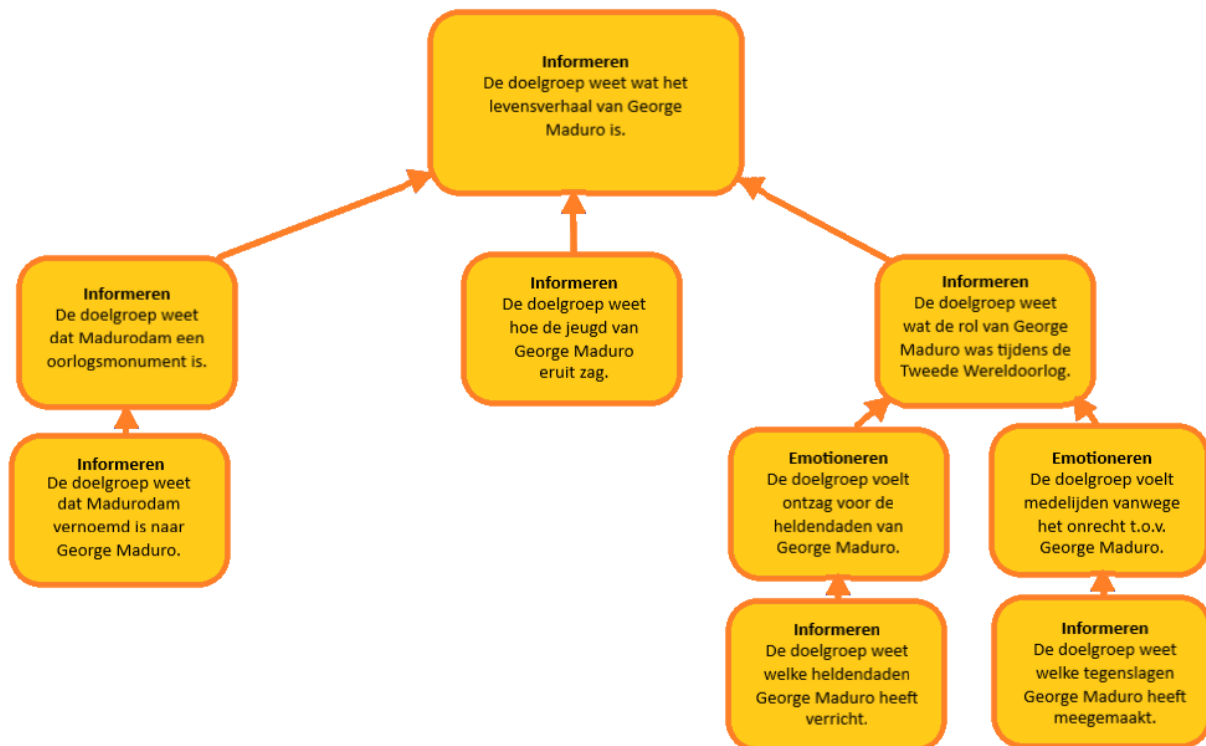
vindt er in deel twee een discussie plaats, die ervoor zorgt dat er vaak overtuigende teksthandelingen gehanteerd worden. In deze attractie wordt tevens informatie gegeven over de tijd, omgeving en gebeurtenissen die plaatsvinden gedurende de attractie. In figuur 6 is de doelenboom te vinden van Nieuw Amsterdam. Het hoofddoel van de tekst is emotioneren. Dit komt voort uit het direct aanspreken van de doelgroep en de vele andere emotionerende taalhandelingen. In de attractie wordt gebruik gemaakt van informatie en een interactief element waarvoor de doelgroep geactiveerd en geïnstrueerd wordt.



Figuur 6: Doelenboom indoor attractie Nieuw Amsterdam

Het transcript van Het verhaal van George bevat 759 woorden en bestaat enkel uit informerende en emotionerende taaluitingen. 405 woorden zijn onderdeel van informerende taalhandelingen en de overige 354 zijn onderdeel van emotionerende taalhandelingen. Informerende tekst voert hierin dus in lichte mate de boventoon. De informerende tekst heeft voornamelijk betrekking op gebeurtenissen die hebben plaatsgevonden tijdens zijn leven. De emotionerende uitingen zijn het

vaakst terug te vinden wanneer het gaat over de moed en het leed van Maduro, waarbij medelijden en ontzag worden opgeroepen voor de oorlogsheld. In figuur 7 staat de doelenboom waarin de verschillende communicatieve doelen van deze attractie zijn gerangschikt. Het belangrijkste doel van deze attractie is het informeren van de doelgroep over het levensverhaal van George. Dit wordt gedaan door die informatie te koppelen aan Madurodam, aan de jeugd van George en aan zijn oorlogsverhaal. Zijn oorlogsverhaal wordt door middel van emotionerende taaluitingen verder uitgewerkt.



Figuur 7: doelenboom indoor attractie Het verhaal van George

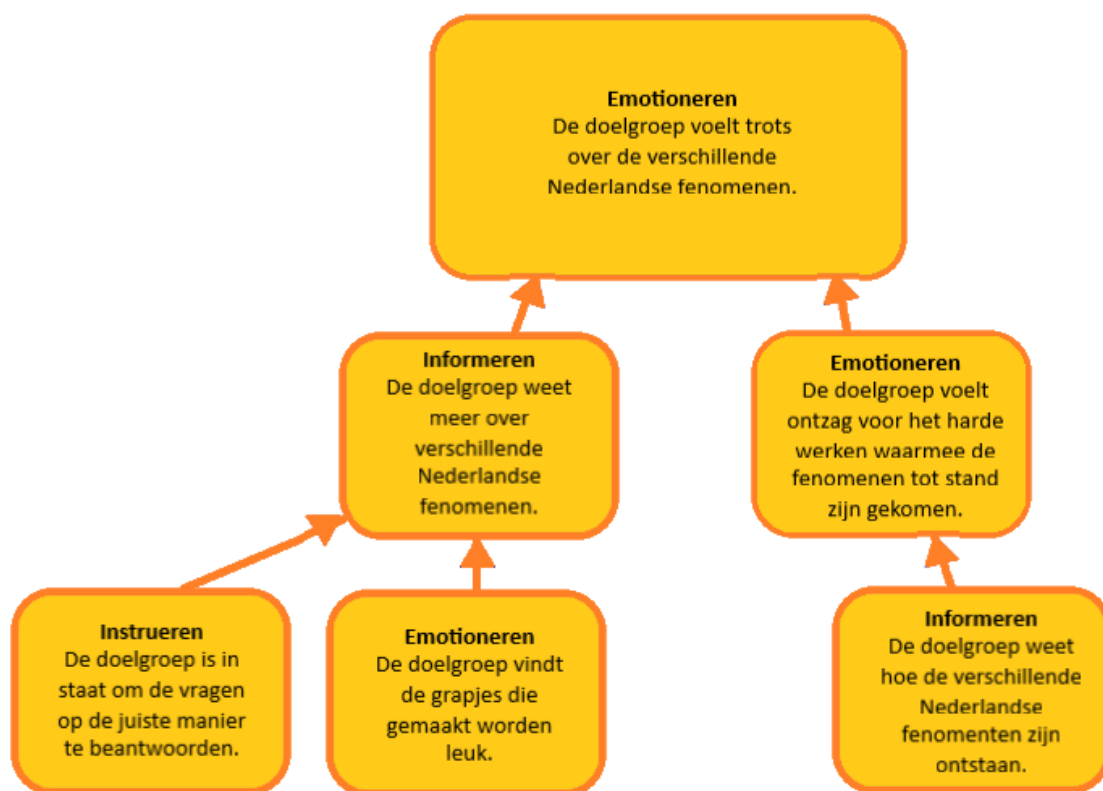
5.2.4 Activatiezuilen

De activatiezuilen geven in veel gevallen aanvullende informatie bij wat er al in het informatieboekje staat. De activatiezuilen over Kinderdijk, Anne Frank, het Rijksmuseum, de Elfstedentocht, de bloemenveiling en de Deltawerken behandelen onderwerpen die ook al zijn behandeld in het informatieboekje. De teksten van de activatiezuilen zijn echter wat uitvoeriger en emotionender. De overige activatiezuilen; Shell, KLM, VOC, en Haven Rotterdam, geven informatie die niet expliciet op deze manier in het informatieboekje wordt gegeven. Ook in deze gevallen is er echter vaak sprake van instruerende, overtuigende en emotionerende taalhandelingen. De volledige transcripten van de tekstuele informatie van de activatiezuilen zijn terug te vinden in appendix IV.

De activatiezuilen over Shell, de Elfstedentocht, en de haven van Rotterdam bevatten instruerende taalhandelingen, omdat de doelgroep actief vragen moet beantwoorden bij deze zuilen door het juiste antwoord aan te klikken. Emotionerend taalgebruik is vaker te vinden omdat de

activatiezuilen een persoonlijker karakter hebben. De doelgroep wordt in de filmpjes aangesproken door miniatuurpoppetjes die onder andere grapjes maken, vreemde situaties creëren, de doelgroep complimenten geven en hun trots uiten over een onderwerp.

De doelenboom met betrekking tot de activatiezuilen is terug te vinden in figuur 8. Het belangrijkste communicatieve doel van de activatiezuilen is het emotioneren van de doelgroep, door trots op te wekken met betrekking tot de Nederlandse fenomenen. Dit komt voort uit het feit dat er buiten het informerende aspect erg vaak wordt ingespeeld op emoties. Zo wordt verteld dat de KLM een Nederlands bedrijf is en bovendien op het gebied van de luchtvaart altijd voorop heeft gelopen. De haven van Rotterdam wordt bestempeld als de modernste ter wereld, de Nederlandse bloemenbiologen worden vergeleken met tovenaars en er wordt benadrukt dat Nederland zeshonderd jaar geleden al voorop liep als het gaat om technische hoogstandjes in het watermanagement. Om dit tekstdoel te bereiken, wordt de doelgroep geïnformeerd over de Nederlandse fenomenen. Deze informatie wordt door middel van grapjes en interactiviteit aantrekkelijker gemaakt voor de doelgroep.



Figuur 8: Doelenboom activatiezuilen

6. Discussie

In dit hoofdstuk zal per deelvraag besproken worden wat de uitkomsten van het onderzoek zijn en op welke manier deze zich verhouden tegenover de reeds bestaande theorie.

6.1 Welke focus kiest Madurodam in hun keuze voor de tentoongestelde elementen?

Er zijn veel overeenkomsten te vinden tussen Madurodam en het proces van canonisering en de reacties daarop zoals omschreven door Van Oostrom (2007). Er moet immers een selectie gemaakt worden van verschillende objecten die tentoongesteld worden. In het geval van de canon waren dit vensters en historische gebeurtenissen, in het geval van Madurodam waren dit historische gebeurtenissen en miniaturen. De door Van Oostrom beschreven veel gehoorde kritieken op de canon lijken soms ook van toepassing op Madurodam. De kritiek, bijvoorbeeld, dat de focus van de canon te veel op de Hollandse provincies lag, kan ook geuit worden wanneer gekeken wordt naar Madurodam. Van de 81 miniaturen liggen 51 van de oorspronkelijke gebouwen in de provincies Noord- en Zuid-Holland. Aan de hand van de tentoongestelde elementen valt hieruit op te maken dat de belangrijkste gebouwen van Nederland volgens Madurodam over het algemeen in de Randstadprovincies liggen.

Wanneer we kijken naar religie, zijn er zes verschillende geloofshuizen terug te vinden in Madurodam. De Sint-Jansbasiliek in Den Bosch, de Onze-Lieve-Vrouwebasiliek in Maastricht en de Domtoren in Utrecht vertegenwoordigen het katholicisme in Madurodam. De Nieuwe Kerk en de Westerkerk, beide te vinden in Amsterdam, vertegenwoordigen de protestantse kerk. Het laatste geloofshuis is de Portugese Synagoge in Amsterdam, oorspronkelijk een joods gebedshuis, maar tegenwoordig omgebouwd tot bibliotheek. Het katholicisme en het protestantisme worden in dit opzicht dus gezien als onderdeel van de Nederlandse identiteit, terwijl dit niet direct geldt voor bijvoorbeeld de Islam.

Het aantal musea dat in miniatuurvorm in het park te vinden is, is ook opvallend. Wanneer het gaat om musea voor kunst, zoals het Rijksmuseum en het Mauritshuis, is er vooral sprake van de kunst uit de zeventiende eeuw. Daarnaast staan er veel musea in Madurodam die oorspronkelijk zijn gewijd aan de economische vooruitgang van Nederland, zoals het Scheepvaartsmuseum en het Textielmuseum. Andere musea richten zich op belangrijke historische gebeurtenissen, zoals het Anne Frankmuseum en het Prinsenhof.

De economische vooruitgang van Nederland, zowel in heden als verleden, wordt opvallend vaak door middel van een miniatuur aan het bezoekend publiek getoond. Handel en productie worden aangedragen als de manieren waarop dit land groot is geworden.

Tevens is in water een terugkerend thema te zien. Het entreegebouw heeft een dak dat golft als water, het park wordt omringd door een vijver en de muren van Madurodam hebben de vorm van dijken. Ook zijn er veel miniatures gewijd aan de relatie die Nederland heeft met water. De Maaslandkering en de Beatrixsluis zijn hier goede voorbeelden van.

6.2 Welke zwaartepunten legt Madurodam in de aangeboden teksten?

In de tekstuele informatie zijn meerdere aanwijzingen te vinden naar wat volgens Madurodam onderdeel is van de Nederlandse identiteit. Volgens Hall (1996) en Leerssen (2015) wordt de nationale identiteit met name geconstrueerd aan de hand van de karakteristieken en de historie van een natie. De hedendaagse karakteristieken van een natie zijn in veel gevallen ook onderdeel van het *auto-image* (Leerssen, 2007). Hierbij dient rekening gehouden te worden met de mentaal discursieve aard van het *image*: de bezoeker van Madurodam draagt zelf bij aan het beeld dat in zijn hoofd gevormd wordt wanneer hij de tekstuele informatie van Madurodam tot zich neemt.

6.2.1 Algemene zwaartepunten

In het informatieboekje en op de plattegrond is met name de Nederlandse historie vaak terug te vinden. De uitleg over de miniatures gaat in veel gevallen gepaard met een duiding van de tijd waarin het gebouwd werd en de functies die het gebouw had en heeft. In deze teksten zijn verschillende terugkerende elementen terug te vinden.

Allereerst komt de zeventiende eeuw, ofwel de Gouden Eeuw, bijzonder vaak naar voren. 32 van de in totaal 155 genoemde jaartallen in de tekstuele informatie vallen binnen de zeventiende eeuw. Daarnaast wordt er ook nog acht keer direct naar de zeventiende eeuw verwezen en tien keer naar de Gouden Eeuw. Van de vijf *indoor* attracties die Madurodam telt, is er een gericht op de tachtigjarige oorlog, die plaatsvond in de zeventiende eeuw, en een op de stichting van Nieuw Amsterdam in de zeventiende eeuw. Een van de activatiezuilen is gericht op de VOC en een andere geeft informatie over het Rijksmuseum, waarbij benadrukt wordt dat de belangrijkste Nederlandse kunst uit de zeventiende eeuw komt. De negatieve aspecten aan deze eeuw, zoals de slavenhandel, worden niet genoemd. Dit is in lijn met de theorie van De Jong (2001), die aangeeft dat men in Nederland, wanneer men historisch de eigen identiteit wil duiden, vaak teruggrijpt naar de zeventiende eeuw.

In veel gevallen wordt ook het Koningshuis aangehaald in de tekstuele informatie. Er staan vier miniatures van koninklijke paleizen in het park en bij verschillende andere miniatures wordt aangehaald dat de voornaamste relevantie van hun aanwezigheid de functie is die zij hebben voor het koninklijk huis. Denk bijvoorbeeld aan de Nieuwe Kerk, waarbij gezegd wordt dat het koninklijke koppel er getrouwd is. Bij het monument op de Dam wordt benadrukt dat de koning hier op vier mei

een krans neerlegt. Bij de activatiezuil 'Elfstedentocht' wordt het feit aangehaald dat Willem-Alexander ooit incognito deelnam aan de tocht en in het informatieboekje wordt verteld dat Prinses Beatrix de eerste burgemeester van Madurodam was. Gezamenlijk worden de namen van de koninklijke familie 22 keer genoemd in de tekstuele informatie, waarmee ze de grootste categorie vormen.

Tevens is het interessant om te zien dat van de zeven niet-Nederlandse personen die in de tekstuele informatie genoemd worden, enkel Lodewijk Napoleon en Keizer Frederik in een neutrale context genoemd worden. Twee van de genoemde niet-Nederlandse personen, Andrew Carnegie en Charles Foulkes, worden geprezen en drie personen worden genoemd omdat zij de vijand waren of tot de vijand behoorden: de hertog van York, de hertog van Alva en Balthasar Gerards. Van alle plaatsbepalende predicaten zijn er vijf die niet Nederlands zijn. Vlaams wordt genoemd in de context van grote kunstenaars en is derhalve positief. Amerikaans wordt gebruikt om de positief belicht Andrew Carnegie te beschrijven en is op die manier ook positief. Chinees zien we slechts terug als predicaat bij het porselein en is derhalve neutraal. De overige drie plaatsbepalingen, Duits, Engels en Spaans, worden alle drie opgevoerd als vijandelijk of onderdrukkend. Relatief vaak worden buitenlandse entiteiten in Madurodam dus gebracht als iets negatiefs, wat wijst op *othering* (Holliday et al., 2004).

Ten slotte dient gesteld te worden dat de grote hoeveelheid predicaten die als neutraal kan worden aangemerkt en dus niet direct een waardeoordeel met zich meebrengt, laat zien dat Madurodam wel zijn best doet om een relatief neutraal en objectief beeld te scheppen in de meeste gevallen. Dit komt overeen met de didactische principes die aan de basis lagen van Madurodam (Broer, 2013).

6.2.2 Heden en verleden

In de *indoor* attracties zijn de twee belangrijkste aspecten voor het scheppen van een nationale identiteit volgens Hall (1996) en Leerssen (2015) duidelijk terug te vinden: geschiedenis en karakteristieken van een natie. In de Waterwolf wordt de geschiedenis rondom het droogleggen van het Haarlemmermeer gekoppeld aan een hedendaagse karakteristiek die voor de hele natie zou gelden: de al eerder genoemde band met water. In de attractie wordt letterlijk gezegd dat water bij ons Nederlanders in het DNA zit, waarmee wordt geïmpliceerd dat water en het Nederlandschap onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn.

In 'Het Hof van Nederland' wordt de geschiedenis van de Eerste Vrije Statenvergadering gekoppeld aan het vermeende tolerante karakter van de Nederlandse natie. In de attractie wordt gesteld dat de opstand tegen de Spanjaarden voortkwam uit deze tolerante normen en waarden en

aan het einde wordt tegen het publiek gezegd dat aan hen het vuur van de vrijheid wordt meegegeven.

In 'Nieuw Amsterdam', de *indoor* attractie over de Nederlandse invloed op het huidige New York, wordt een verband gelegd tussen de geschiedenis van handel en kolonisering en de Nederlandse karakteristiek die omschreven zou kunnen worden als de 'VOC-mentaliteit'. De bezoeker wordt hier aangespoord om in de voetstappen van zijn voorvaders te treden en in het onbekende te stappen. Wederom is er dus sprake van een koppeling van geschiedenis en karakteristiek waarmee een nationale identiteit wordt bevestigd.

'Het verhaal van George' lijkt minder gericht te zijn op de nationale identiteit. Het verhaal over George Maduro heeft met name relevantie voor het park zelf, omdat het de naam verklaart en een deel van de oorsprong van het park uitlegt.

De tien activatiezuilen gaan stuk voor stuk over Nederlandse fenomenen en laten op deze manier ook zien wat wel en niet onderdeel is van de Nederlandse identiteit volgens Madurodam. Het bedrijfsleven wordt hierbij twee keer aangehaald door de KLM en Shell een eigen activatiezuil te geven. Ook hier worden de historische gebeurtenissen en prestaties van deze bedrijven gelijk gesteld aan de Nederlandse vooruitgang, waarbij met name de innovatie die Nederland heeft voortgebracht een grote rol speelt. Deze drang tot innovatie wordt ook aangehaald als het gaat om het ontwikkelen van nieuwe bloemsoorten, het inrichten van de haven van Rotterdam en het bouwen van de Deltawerken. Hoewel in de tekst van de activatiezuilen deze kwaliteiten vaker aan specifieke groepen of bedrijven worden toegedicht, geeft de manier waarop de tekst wordt overgebracht toch een gevoel van trots, wat in de volgende paragraaf besproken zal worden.

6.3 Op welke manier wordt in de tekstuele informatie van Madurodam gesproken over de verschillende elementen?

Het omdraaien van de functionele analyse om hem op die manier meer beschrijvend van aard te maken, levert interessant nieuw materiaal op. De verschillende teksthandelingen kunnen op deze manier geduid worden en vervolgens kunnen hieruit de communicatieve doelen van een bedrijf gedestilleerd worden.

Aan de hand van de beschrijvende functionele analyse komen verschillende elementen naar voren die verband houden met de vorming van de nationale identiteit. Doorlopend zien we in de tekstuele informatie een combinatie van informerende en emotionerende tekstelementen. Dit wederom zien dat de didactische insteek van Madurodam nog altijd naar voren komt en dat er zeker ook pogingen zijn om neutraal te blijven. Hierbij dient wel aangemerkt te worden dat educatie en didactiek, zoals beargumenteerd door Grever et al. (2006), niet volledig los kunnen worden gezien van identiteitsvorming. Het gaat niet enkel om de manier waarop de informatie gebracht wordt,

maar ook om de selectie van informatie die wordt gebracht. Wanneer Madurodam de doelgroep iets wil leren over de Nederlandse natie, komt hieruit voort dat er een bepaalde visie op de nationale identiteit wordt overgebracht. De informatie die wordt gegeven is, zoals eerder aangegeven, in zekere mate selectief en vooral positief van aard.

De emotionerende teksthandelingen dragen in grote mate bij aan de verbeelding van de Nederlandse nationale identiteit en de manier waarop de doelgroep deze verbeelding ervaart en al dan niet accepteert als representatief voor Nederland. De emotionerende taalhandelingen zijn in dit kader vooral gericht op het opwekken van trots en ontzag. Er wordt veel informatie gegeven over hoe speciaal bepaalde aspecten van Nederland zijn, zoals ook al blijkt uit het 78 keer voorkomen van predicaten die aangeven dat er sprake is van een uitzonderlijk zelfstandig naamwoord. Er wordt vaak gesproken over hoe groot, rijk, mooi en leuk bepaalde aspecten van Nederland zijn. Ontzag wordt met name opgeroepen met betrekking tot oorlogshelden als George Maduro en Willem van Oranje. Zeker bij Willem van Oranje worden de normen en waarden waarvoor hij streed vervolgens ook aangemerkt als typisch Nederlands. Ontzag wordt ook opgewekt voor Nederlandse bedrijven en initiatieven, door te vertellen over alles wat bijvoorbeeld Shell en KLM bereikt hebben en hoe groot zij, ook internationaal, zijn. Dat internationale karakter wordt ook vaak aangehaald met betrekking tot de miniaturen, zoals te zien is bij bijvoorbeeld het Concertgebouw in Amsterdam en bij de vele miniaturen die op de UNESCO werelderfgoedlijst staan.

7. Conclusie

Madurodam geeft informatie over Nederland en daarmee ook over de Nederlandse identiteit. Hier kan niet aan ontkomen worden omdat de identiteitsverbeelding begint zodra er een selectie gemaakt wordt van wat er wel en niet in het park getoond wordt. De educatieve en didactisch verantwoorde ideologie die mede aan de oprichting van Madurodam ten grondslag lag, is dus nog altijd zichtbaar in het park, maar kan niet volledig los worden gezien van de vorming en uiting van de nationale identiteit. De selectie van gebouwen waarvan een miniatuur in Madurodam is geplaatst, toont dat Madurodam zich met name richt op culturele gebouwen, de Nederlandse band met het water, de Nederlandse economie en de verschillende vormen van bestuur die binnen Nederland bestaan.

De toelichting bij deze miniaturen lijkt met name gericht te zijn op het verstrekken van informatie, maar er worden ook gevoelens van trots en ontzag opgeroepen voor de verschillende Nederlandse gebouwen en hun geschiedenis. Deze vormen van trots en ontzag worden sterker aangewakkerd door de teksten van de activatiezuilen, die aan de hand van de geschiedenis verschillende belangrijke Nederlandse bedrijven, personen en plekken beschrijven. In de toelichtingen bij de miniaturen en in de teksten van de activatiezuilen wordt de geschiedenis, en dan met name de zeventiende eeuw, steeds meer aangegrepen om aan te geven welke rol Nederland op internationaal gebied heeft gespeeld. Tevens wordt vaak aangehaald welke internationale rol Nederlandse elementen vandaag de dag nog spelen.

De *indoor* attracties bevestigen uiteindelijk het proces van de vorming van de nationale identiteit, door verschillende karakteristieken toe te schrijven aan de volledige Nederlandse natie, zoals de verbondenheid met water, de avontuurlijke mentaliteit en de tolerantie. Deze worden vervolgens gekoppeld aan belangrijke gebeurtenissen uit de Nederlandse geschiedenis, waarvan de verschillende overblijfselen in miniatuur zichtbaar zijn in het park.

De nationale identiteit van Nederland wordt dus met name gelijk gesteld aan watermanagement, avontuurlijke mentaliteit en tolerantie, waarbij de geschiedenis, en dan met name de zeventiende eeuw, gebruikt wordt om deze verschillende karakteristieken te beargumenteren vanuit een historisch perspectief. De karakteristieken worden op een directe wijze toegeschreven aan de doelgroep in de *indoor* attracties en ze worden bevestigd door de verschillende miniaturen, de toelichtingen erbij en de activatiezuilen die vertellen over typisch Nederlandse fenomenen.

Waar de inhoudsanalyse inzicht biedt in de informatie die door Madurodam belangrijk genoeg en daarmee in zekere zin canoniek geacht wordt, blijkt uit de beschrijvende functionele analyse op welke manier deze informatie gebracht wordt. Dit onderzoek heeft op die manier de inhoud en de functie van de tekst gezamenlijk kunnen onderzoeken en aan elkaar kunnen koppelen.

Desalniettemin kent dit onderzoek zijn beperkingen. Dit onderzoek heeft zich beperkt tot de representatie van Nederland, over Nederland, voor Nederland. Madurodam heeft echter ook een toeristisch oogmerk en biedt zijn publieksinformatie in verscheidene andere talen aan. Het onderzoeken van de manier waarop Madurodam Nederland representeert tegenover de internationale bezoeker, zou dan ook interessante aanvullende informatie op kunnen leveren.

Daarnaast zou het in het kader van vervolgonderzoek interessant kunnen zijn om ook te kijken naar de publieksbeleving. Dit onderzoek heeft zich enkel gericht op de inhoud en vorm van de tekstuele informatie, in verband met het tijdsbestek waarin het onderzoek moest worden uitgevoerd. Het kan echter nog veel meer informatie opleveren wanneer er gekeken wordt naar hoe dit park daadwerkelijk door verschillende groepen bezoekers wordt ervaren.

Ten slotte kan de beschrijvende functionele analyse toegepast worden op andere didactisch bedoelde teksten, om zo een breder beeld te scheppen van de invloed die objectief ogende historische informatie kan hebben op de doelgroepen van dergelijke teksten door middel van het taalgebruik.

Bronnenlijst

- Anderson, B.** (2006). *Imagined communities. Reflections on the origin and spread of nationalism*. London/New York: Verso.
- Brand, C. & N. van der Sijs** (2007). Geen taal, geen natie. Parlementaire debatten tussen de Nederlandse taal en de nationale identiteit. In: C.C. van Baalen et al. (red.), *Jaarboek Parlementaire Geschiedenis 2007*, 43-56.
- Broer, I.** (2013). *Madurodam, een museale route naar commercieel succes* (Masterscriptie). Geschiedenis, Faculteit Geesteswetenschappen. Universiteit Leiden, Leiden.
- Dörnyei, Z.** (2007). *Research Methods in Applied Linguistics*. Oxford: Oxford University Press.
- Duyvendak, W. G. J.** (2008). Een land dat zich niet laat kennen? *Migrantenstudies*, 24(3), 170-173.
- Favero, P.** (2010) Italians, the “Good People”: Reflections on National Self-Representation in Contemporary Italian Debates on Xenophobia and War Outlines. *Critical Practice Studies*, 12(2), 138-153.
- Grever, M., E. Jonker, K. Ribbens & S. Stuurman** (2006). ‘Het behouden huis. Een commentaar op De canon van Nederland’. In: M. Grever et al. (2006), *Controverses rond de canon*. Assen, 106-121.
- Hall, S.** (1996). ‘Introduction: Who Needs ‘Identity’?’ In S. Hall en P. du Gay (eds.), *Questions of Cultural Identity*, 1-16. London: Routledge
- Holliday, A., M. Hyde & J. Kullman** (2004). *Intercultural communication. An advanced resource book*. Londen: Routledge.
- Jong A. de.** (2001) *Dirigenten van de herinnering: musealisering en nationalisering van de volkscultuur in Nederland 1815-1940*. Nijmegen: SUN.
- Karreman, J. & R. van Enschoot** (2013). ‘Functionele analyse’. In J. Karreman & R. van Enschoot (eds.), *Tekstanalyse: Methoden en toepassingen*, 7-46. Assen: Van Gorcum.
- Leerssen, J.** (2007). ‘Image’. In M. Beller & J. Leerssen (Eds.) *Imagology. The cultural construction and literary representation of national characters*, 415-417. Amsterdam/New York: Rodopi.
- Leerssen, J.** (2015). *Nationalisme*. Amsterdam: AUP.
- Lentz, L. & H. Pander Maat** (2004). ‘Functional Analysis for Document Design’. *Technical Communication*, 51(5), 387-398.
- Madurodam.nl.** Geraadpleegd op 10-4-2019, via: <https://www.madurodam.nl/nl>
- Oostrom, F. van.** (2007) *entoen.nu en verder. De canon van Nederland. Rapport van de commissie ontwikkeling Nederlandse canon*. Deel C. Amsterdam, 2007.
- Oostrom, F. van.** (2009) ‘Canon und kein Ende. Een commentaar op de canondiscussie’. In: *De Canondiscussie*. Boekman 21/79, 92-96.

Pels, D. (2007). 'De Hollandse Tuin: of hoe de Nederlandse Leeuw worstelt met zijn identiteit'. In: C.C. van Baalen et al. (red.), *Jaarboek Parlementaire Geschiedenis 2007*, 13-24.

Santos, P. M. (2018). A hyperreal first-place: Portugal dos Pequenitos theme park and the narrative of origins. *International Journal of Heritage Studies*, 24(2), 193-210.

Türeli, I. (2006) 'Modeling Citizenship in Turkey's Miniature Park'. *Traditional Dwellings and Settlements Review*, 17(2), 55-69