

Schreeuw om cultuur of ...?

Een kritische analyse van de berichtgeving in de geschreven landelijke Nederlandse media in de periode september 2010 t/m maart 2011 over de (voorgenomen) wijziging voor financiering van culturele producten.

Master Thesis Media en Cultuur
Maarten Molenaar
Erasmus School of History, Culture and Communication
Erasmus Universiteit Rotterdam

Begeleider:	Dr. Erik Hitters
Tweede lezer:	Dr. Marc Verboord
Studienummer:	299216
Email:	Maartenmolenaar@web.nl
Datum:	Juni 2012

schreeuw om cultuur

Voorwoord

Na het studeren aan de NHTV Internationale Hogeschool Breda (Bachelor), tussen 2000 en 2004, kreeg ik direct de kans aangeboden om op deze hogeschool te werken als studieloopbaancoach. Met 1 been in het onderwijs en 1 been in het werkveld van de kunst- en cultuursector die Nederland rijk is. Een kans die ik met beide handen heb aangegrepen en drie jaar lang met veel plezier tot succesvolle uitvoer heb weten te brengen.

In 2005 besloot ik om mijn horizon te verbreden en mijn grenzen te verleggen.

Inschrijving op de Erasmus Universiteit Rotterdam, het schakeljaar Algemene Kunst en Cultuurwetenschappen, werd zo een feit. Na twee jaren de combinatie van werken en studeren mocht ik na het inleveren van mijn scriptie de stap naar de master Media en Cultuur maken. De combinatie werken en voltijd studeren verliep naar wens tot het moment van afstuderen daar was, met het eindproduct de master Thesis. In mei 2008 gaf mijn lichaam aan dat ik prioriteiten moest stellen in mijn dagelijkse agenda.

In goed overleg met de Erasmus Universiteit Rotterdam is gekozen voor uitstel van de master Thesis naar een gunstiger moment. Een moment waarbij volle energie en enthousiasme weer - zoals altijd in mijn studietijd - hoogtij zou vieren.

Dat moment ontstond in de laatste maanden van 2011. Met ruim vijf jaar freelance ervaring en ervaring als zakelijk leider van stichting Skyway – een culturele speler op internationaal niveau – weer met een andere, frissere blik naar de wereld kijkende dan halverwege 2008 het geval was.

De ontwikkelingen in de kunst- en cultuursector van Nederland, de wetenschappelijke vorderingen en mijn eigen ontwikkeling; het heeft er gezamenlijk voor gezorgd dat ik juist met dit onderzoek en op deze manier nu alles afrond.

Tijdens het onderzoeken bleek dan ook meer en meer voor mij hoe alledaags het onderwerp is, zowel in de praktijk als in het discours van de sector. Deze actualiteit bleek wederom toen ik in januari 2012 mee mocht werken aan een theaterproductie van de Oosterhoutse revue. Een productie waarin de culturele veranderingen, door de wijzigingen in het financiële bestel, centraal stonden. Met als moraal van de makers dat de cultuur altijd zal voortleven zolang de maatschappij dat echt wil, met of zonder rol van de overheid hierbij.

Dat het onderwerp van alledag is toont ook de berichtgeving op het moment van schrijven van dit voorwoord. Eind april 2012 besluit namelijk het kabinet om de doorgevoerde belasting van 19 procent BTW op culturele producten en diensten weer te verlagen naar het tarief van voor januari 2011, namelijk 6 procent BTW.

Met een grote interesse in dit onderwerp en de persoonlijke grenzen die zijn verlegd met dit kwantitatieve onderzoek rond ik met gepaste trots mijn continu leren aan de Erasmus Universiteit Rotterdam af. Hiervoor wil ik allereerst mijn begeleider Erik Hitters bedanken. Voor al zijn steun, begrip, tijd, kennis en richting geven. Tevens wil ik grote dank uitspreken aan de mensen in mijn directe omgeving. Ook zij hebben mij op vele momenten steun, begrip en tijd gegeven. Specifiek noem ik daarbij graag Sophie Bastianen, mijn geliefde en rots in de branding. Zonder haar was deze ontwikkeling nooit voltooid. Ook Lineke, David en Ingen Molenaar wil ik specifiek bedanken voor hun eeuwige vertrouwen in mij.

Rest mij nu nog u veel plezier te wensen met het lezen van dit onderzoek.

Maarten Molenaar

Juni 2012

Inhoudsopgave

1. Inleiding	6
1.1. Aanleiding	6
1.2. Vraagstelling	9
1.3. Relevantie	10
1.4. Leeswijzer	11
2. Culturele financiering	12
2.1. Cultuurbeleid in Nederland	12
2.2. Financieringsvormen	14
2.3. Discours	15
2.4. Conclusie	16
3. Theoretisch kader	18
3.1. Framing	18
3.2. Onderzoek	21
3.3. Theoretische benadering	23
3.4. Conclusie	24
4. Methoden	25
4.1. Inleiding	25
4.2. Inhoudsanalyse	26
4.2.1. Landelijke dagbladen	27
4.2.2. Populair versus kwalitatief	29
4.2.3. Gespecialiseerde dagbladen	30
4.2.4. Gratis dagbladen	31
4.2.5. Afbakening	31
4.3. OnderzoeksvARIABLEN	32
4.3.1. Soort artikel	32
4.3.2. Culturele sectoren	34
4.3.3. Issues	34
4.3.4. Toonzetting	35

4.3.5. Actor(en)	35
4.3.6. Frames	36
4.4. Betrouwbaarheid	38
5. Resultaten	40
5.1. Beschrijving van de geanalyseerde artikelen	40
5.1.1. Soort artikel	42
5.1.2. Culturele sectoren	45
5.1.3. Issues	46
5.1.4. Toonzetting	48
5.1.5. Actor(en)	49
5.2. Analyse van de frames	50
5.2.1. Reliability	50
5.2.2. Verantwoordelijkheidsframe	53
5.2.3. Conflictframe	54
5.2.4. Moraliteitsframe	55
5.2.5. Economisch-gevolgenframe	56
6. Conclusies	58
6.1. Frames en patronen	59
6.2. Verschil per medium	62
6.3. Discussiepunten en vervolgonderzoek	64
6.4. Kritische terugblik en aanbevelingen	65
Literatuurlijst	67
Bijlagen	
1. Oplage landelijke dagbladen	72
2. Verkenning LexisNexis: afbakening onderzoeksmateriaal	73
3. Niet geanalyseerde (aantallen) artikelen	75
4. Geanalyseerde artikelen	77
5. Codeboek	83
6. Betrouwbaarheid en samenhang ‘frameworken’	88

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

Het Parool van 20 november 2010 kopt met het woord ‘kaalslag’, in de bijlage PS Kunst. Het is de dag dat de landelijke actie ‘schreeuw om cultuur’ volop in de aandacht staat van media en maatschappij. Met een schreeuw van velen die vinden dat cultuur een kans moet krijgen om te ‘overleven’, in reactie op de aangekondigde bezuinigingen in het culturele werkveld.

Het artikel spreekt daarbij meerdere malen over een ‘kaalslag’, een woord dat in de maanden september, oktober en november 2010 steeds minder algemene betekenis heeft gekregen en steeds vaker gekoppeld wordt aan bezuinigingen. Bezuinigingen in het algemeen en in het culturele werkveld. Ockhuysen (2010) stelt dat dit komt door de vele aandacht die er in die maanden landelijk is geweest voor het onderwerp ‘bezuinigingen in het culturele werkveld’ en de daaraan gekoppelde terminologie ‘kaalslag’.

Niet alleen op de landelijke actiedag van 20 november 2010 was er protest. Ook eerder, bijvoorbeeld op 08 oktober 2010, verzamelden 2.000 mensen (waaronder veel studenten) op het Malieveld te Den Haag om te protesteren tegen de geplande bezuinigingen per januari 2013. Bezuinigingen van 200 miljoen op kunst- en cultuursubsidies (NRC Handelsblad, 2010). Na een week “lamgeslagen te zijn van de aangekondigde bezuinigingen kwam het eerste verzet van de kunst- en cultuursector op gang” (Trouw, 2010). Met her en der door het land (kleinschalige) acties in opmaat naar de landelijke actiedag.

De berichtgeving over deze ‘schreeuw om cultuur’ (en de samenhangende protesten) komt voort uit eerdere berichtgeving van 30 september 2010. Op deze dag presenteerden de kersverse fractievoorzitters uit het kabinet VVD, CDA en PVV het regeerakkoord (en gedoogakkoord) voor de komende periode. Onder andere de aankondiging van bezuinigingen in de culturele sector van Nederland vond plaats op een persconferentie voor Nederlandse media. Ondersteund met een online toelichting op de officiële website van de overheid, rapporterend over de kabinetsformatie van 2010. Op deze website konden zowel journalisten als andere geïnteresseerden de toekomstplannen inzien (Bureau woordvoering kabinetsformatie, 2012).

De maanden na deze aankondiging vertoonden vervolgens veel aandacht in de media over het onderwerp ‘de (wijzigende) culturele financiering’. Terminologie die direct opvalt bij een eerste inventarisatie van deze artikelen zijn negatieve woorden als ‘onherstelbare schade’ en een ‘domino-effect van negatieve gevolgen’. Waarbij bedoeld wordt op enerzijds de aangekondigde bezuinigingen in de culturele sector en anderzijds de aangekondigde verhoging van het BTW tarief op culturele producten met 13 procent. Ook de afschaffing van de cultuurkaart voor jongeren en de WWIK-regeling (de Wet Werk en Inkomen Kunstenaars) wordt bijvoorbeeld door de negen wethouders Cultuur van de grote gemeenten (G9) niet positief ontvangen (NRC Handelsblad, 2010).

De media berichtten dus niet enkel over de aangekondigde bezuinigingen in de culturele sector, maar ook over de BTW verhoging op culturele producten. Dit leidde vervolgens tot het discours in de maatschappij en media van ‘tegenstrijdige signalen’ van het kabinet. Dit vanwege de wens die het kabinet heeft om het culturele ondernemerschap te stimuleren en deze wens volgens maatschappij en media niet op de juiste manier initieerde. Ook leidde de BTW verhogingen tot het discours rondom een mogelijke afnemende vraag van kunst en cultuur en een mogelijk effect op horeca, middenstand en de gehele toeristenindustrie (Gehrels, 2010). De verscheidenheid aan berichtgeving wordt veelal onderstreept door het aanvoeren van cijfers en berekeningen, waarmee aangetoond wordt dat diverse culturele instellingen het onderspit delven en vele initiatieven niet gerealiseerd kunnen worden.

De berichtgeving en protesten zijn niet alleen het gevolg van de aangekondigde bezuinigingen in de culturele sector. De politieke ambities worden bijvoorbeeld vereenzelvigd met de PVV-hetze tegen ‘linkse hobby’s’ waardoor de landelijke campagne ‘schreeuw om cultuur’ ook een ander discours realiseert (Tamboer, 2010). De aankondigde bezuinigingen leveren ook een positief discours op. Berichtgeving over bijvoorbeeld de mogelijke kansen en verbeteringen die de bezuinigingen opleveren. Door een vergelijking met Amerika en Europa (specifiek Duitsland, Engeland, Frankrijk en België) wordt bijvoorbeeld aangetoond dat bezuiniging ook een effectievere productie(structuur) kan opleveren, met minder juridische en administratieve lastendruk (Klink, 2010). Waarbij ook de aard van gesubsidieerd aanbod versus het stijgende niet-gesubsidieerde aanbod de nodige vraagtekens en dus berichtgeving oplevert. De “zuivering van het beleidssysteem van bureaucratie en prikkels” en een “centrale regie ter optimalisering van de productiestructuur” zou

mogelijk een sterke stimulering van ondernemerschap teweeg kunnen brengen en een alternatief scenario kunnen bieden voor een eventuele culturele kaalslag (Klink, 2010).

Een ander positief discours zichtbaar is dat van een nieuwe ‘geefwet’, een mogelijkheid tot (deel)financiering van het culturele werkveld. Een dergelijke wet kan het “aantrekkelijker maken om geld te schenken aan culturele instellingen” (Lange, 2010).

Discours over initiatieven en instellingen die ‘op eigen benen moeten leren staan’ wordt veelal belicht met succesvoorbeelden uit Amerika, waarbij hoge(re) charitatieve bijdragen zorgen voor de balans van vraag en aanbod daar. Of met bijvoorbeeld een Brits voorbeeld waarbij loterijen een groot aandeel hebben in de financiering van kunst en cultuur.

Het discours in de culturele sector, over haar (wijzigende) financiering, kenden dus een diversiteit aan toonzetting. Zo ook het discours dat in Nederland wellicht wel heel veel kunst- en cultuur is, waarbij de kunstenaars elkaar ‘dwarszitten’ in hun zoektocht naar publiek. Waar “kwantiteit en nivellering boven kwaliteit is komen te staan” (Ockhuysen, 2010).

De mogelijkheid dat kunst- en culturele producten worden ‘gebruikt’ om identiteit aan te ontlenen, voedt het discours met diverse toonzetting dan ook met “gevoelens” over de eigen identiteit van de berichtgevers (Trouw, 2010).

In een periode van enkele maanden in 2010 en 2011 is dit onderwerp in de media dagelijks uitvoerig beschreven door journalisten en bericht op haar beurt ook de maatschappij dagelijks met haar visie en mening.

Deze diversiteit aan berichtgeving komt voort uit de opvatting dat de media een belangrijke rol spelen bij wat leeft in de maatschappij. Als intermediair tussen politiek en burger vervullen de media in een democratie namelijk drie verschillende functies: een informatiefunctie, een expressiefunctie en een kritiekfunctie (Bardoel & Cuilenburg van, 2003). In haar kritiekfunctie kan de media informatie erbij halen die niet direct van belang is, of informatie weglaten die wel direct van belang is. Dit geeft de journalist de (communicatieve) vrijheid informatie op een passende manier weer te geven. Deze manier van berichtgeving ‘framen’ kan een bewuste of onbewuste keuze zijn van de journalist en kan daarmee ook de lezer beïnvloeden (Condit & Selzer, 1985).

In het bijzonder bij onderwerpen die belicht worden als een politiek besluit, hebben de media een grotere informatieve functie dan bij minder serieuze en ingewikkelde informatie. Een groot deel van de bevolking is namelijk afhankelijk van de interpretatie van de media, door de complexiteit en ontoegankelijkheid van deze informatie. De manier waarop de maatschappij reageert op politieke besluiten en aankondigingen, heeft dus onder andere te maken met de informatiefunctie van de media.

Het objectief en onpartijdig zijn van media is dus wenselijk, het tonen van de verschillende kanten van een politiek besluit zelfs “kritiek” (Westerstahl, 1983). Echter toont een mediastudie als die van Schoemaker en Reese (1996) aan dat objectiviteit een zekere vorm van utopie is. Omdat berichtgeving gecreëerd wordt door journalisten welke vanuit opvoeding, sociale omgeving en opleiding bepaalde referentiekaders hebben. Het werken volgens routines, zoals standaardisatie van werkwijze door tijdsdruk, de vraag vanuit de consument en de afhankelijkheid van middelen spelen (bewust of onbewust bij de journalisten) een rol in de totstandkoming van berichtgeving (Schoemaker & Reese, 1996). Sturing van berichtgeving is hierdoor een mogelijk gevolg.

Deze veronderstelde sturing, met behulp van ‘frames’ in de berichtgeving, krijgt gestalte door een telkens terugkerende thematiek. Door middel van tekstenmerken zoals bewoordingen, intonatie en stereotypes wordt kleur gegeven aan de berichtgeving. De manier waarop het te belichten onderwerp wordt weergegeven in de media, bij de constructie van het nieuws, realiseert “vorming van de publieke opinie” (Gorp van, 2007).

Doordat berichtgeving dus mogelijk invloed kent van referentiekaders en dit zich mogelijk uit in ‘frames’ levert onderzoek hiernaar inzichten over de weergave. De focus van dit onderzoek ligt dan ook op de mogelijke ‘frames’ in berichtgeving over de (voorgenomen wijziging voor) financiering van culturele producten in specifiek de landelijke geschreven media in Nederland in de periode september 2010 tot en met maart 2011.

1.2 Vraagstelling

De vraag die in dit onderzoek zal worden beantwoord is:

“Hoe is de berichtgeving over de aangekondigde wijziging van culturele financiering in Nederland in de maanden september 2010 tot en met maart 2011 weergegeven in de landelijke geschreven media?”

De geformuleerde onderzoeksvraag valt uiteen in twee deelvragen, namelijk:

- 1) welke (dominante) frames (en patronen) zijn er in de berichtgeving over de (politiek) aangekondigde wijziging van culturele financiering te onderscheiden?
- 2) in hoeverre is er verschil in berichtgeving per landelijk geschreven medium?

Hiervoor worden onder andere de volgende aspecten onderzocht:

- * Welk soort/type artikel wordt er gebruikt in de berichtgeving over de (wijzigingen in) financiering van de kunst- en cultuursector in Nederland?
- * Welke plek nemen de artikelen over de (wijzigingen in) financiering van de kunst en cultuursector in Nederland in de krant in?
- * Over welke culturele sectoren bericht de krant in haar artikelen?
- * Met welke issues wordt de ‘financiering van cultuur’ in verband gebracht?
- * Welke toonzetting wordt er in de artikelen gebruikt waarin de ‘financiering van cultuur’ centraal staat?
- * Wie is de belangrijkste actor genoemd in de artikelen waarin de ‘financiering van cultuur’ centraal staat?
- * Welke frames hanteert de krant in de artikelen waarin de ‘financiering van cultuur’ centraal staat?

1.3 Relevantie

Dit onderzoek is een aanvulling op het wetenschappelijk onderzoek naar (frames en patronen in) de berichtgeving van geschreven media. Dit onderzoek biedt hierdoor de mogelijkheid tot vergelijk.

Dit onderzoek is tevens een aanvulling op het wetenschappelijke discours over de mogelijkheden van culturele financiering. Dit onderzoek, naar de berichtgeving van culturele financiering, levert hiervoor mogelijk nieuwe inzichten. Deze inzichten zullen dan als informatiebron dienen en vertaald moeten worden naar het specifieke discours en mogelijke (vervolg)onderzoeken.

De derde wetenschappelijke relevantie is die van de toetsing van de theorie van Semetko en Valkenburg (2000), die vijf frames in berichtgeving onderscheiden. Een theorie die veel wordt toegepast in communicatieonderzoek en hierdoor een toetsing van tijdsgeest en diversiteit mag kennen.

De maatschappelijke relevantie van dit onderzoek is het verschaffen van nieuwe inzichten bij een continu discours in de culturele sector anno 2012 over haar financiering. Onder andere in Boekman 89 (winter 2011) en voorgaande Boekman (magazine)uitgaven in 2011 bevestigen dit discours. Onderwerpen als cultureel ondernemerschap, crowdfunding, mecenaat en de geefwet; allen zijn het gesprek van de dag in de kunst- en cultuursector en haar beleid.

1.4 Leeswijzer

Na dit inleidende hoofdstuk schetst hoofdstuk 2 achtergronden over de financiering van kunst en cultuur in Nederland en het discours hierover. Hoofdstuk 3 vormt het theoretisch kader en vervolgens beschrijft hoofdstuk 4 de methoden van onderzoek. Hoofdstuk 5 geeft de resultaten uit het onderzoek weer en tot slot wordt er in hoofdstuk 6 een antwoord gegeven op de onderzoeksvraag. Tevens biedt hoofdstuk 6 een kritische terugblik op het onderzoek, discussiepunten en aanknopingen voor een mogelijk vervolgonderzoek.

2. Culturele financiering

Dit onderzoek richt zich op de berichtgeving over de (voorgenomen) wijziging in culturele financiering. Om meer inzicht te verkrijgen in de historie van culturele financiering en het discours van de afgelopen jaren over mogelijke innovatie, verandering en aanpassing zal dit hoofdstuk een inleiding kennen in deze thematiek. Ook eerder relevant onderzoek over culturele financiering in Nederland zal meer inzicht bieden. Deze inleiding geeft allereerst in vogelvlucht de hoogtepunten uit het cultuurbeleid van Nederland weer, met als startpunt 1945. Vervolgens zullen (mogelijke) vormen van financiering centraal staan en eindigt dit hoofdstuk met inzicht in het discours over de financiering van de cultuursector.

2.1 Cultuurbeleid in Nederland

Publicaties over het cultuurbeleid van de Nederlandse centrale overheid tonen veel achtergrondinformatie. Hierbij is een verschuiving van de visie en rol van de overheid zichtbaar door de decennia heen. Van oudsher komt deze rol voort uit de ‘beschavingsopdracht’, het uitdrukkelijk bevorderen van de kwaliteit en omvang van het culturele leven. Pas bij de opbouw van de naoorlogse verzorgingsstaat Nederland werd cultuur(beleid) werkelijk een bijzonder aandachtspunt, om zo de verbroken relatie tussen kunstenaar en samenleving te helen en structuur op te bouwen voor deze sector. Hierdoor ontstond een sterkere relatie en focus tussen de kunsten en de overheid. Met als effect een minder sterke relatie tussen de kunsten en het publiek. Opvoeding, als een ‘tegenreactie’ op de massacultuur, werd in beleidskringen het antwoord op deze verloren relatie met het publiek.

Eind jaren '60 werd de visie op kunst en cultuur dat het één moest zijn met alle andere vormen van buitenschoolse vorming, onder de (gezamenlijke) noemer welzijn. Met de focus op kwaliteit in plaats van markt vraag of marktwerking. In de jaren '70 verschoof deze focus naar een maatschappelijke relevantie, ofwel kunst en cultuur als middel om achterstanden tegen te gaan. De jaren '80, voornamelijk het begin hiervan, kenmerken zich in het algemeen door economische stagnatie. Hierdoor ontstond de verplichting om de rol tussen overheid en de kunst- en cultuursector onder de loep te nemen. Met kernbegrippen als deregulering, privatisering en reorganisatie op de agenda. Vanaf dit decennia wordt de ondersteunende rol van de overheid in de kunst-

en cultuursector een weloverwogen, en daarmee besproken, onderwerp. In 1988 leidde dit tot het ‘kunstenplan’, waarmee het beheer van instellingen uit de gehele cultuursector verbeterd moest worden. Dit kunstenplan ontwikkelde zich tot de Cultuurnota systematiek van vandaag de dag (Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen [Ministerie van OCW], 2002).

De Cultuurnota is het ‘vierjarenplan’ van het Departement Cultuur van het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen. Eens in de vier jaren wordt deze opgesteld door de staatssecretaris van Cultuur. Het adviesorgaan, vroeger ‘Raad voor de Kunst’ en nu bekend als ‘Raad voor Cultuur’ bepaalt vervolgens welke instellingen en groeperingen een bijdrage mogen ontvangen en welke niet. De Tweede Kamer moet daarbij inhoudelijk ook akkoord zijn met het ‘vierjarenplan’. Deze vorm van beheren is ontworpen en in gebruik om evenwichtig cultuurbeleid te bereiken, een systematiek die als kanttekening ook “een steeds meer overheersende positie in is gaan nemen in beleid en bestel” (Smithuijsen, 2004).

Evenwichtig cultuurbeleid in Nederland, met de Cultuurnota als middel, betekent vooral diverse perspectieven. Zo pleit het Kabinet in 2003 in de beleidsbrief 2004 - 2007 ‘Meer dan de som’ voor “het culturele bewustzijn in de maatschappij dat moet worden vergroot, in plaats van het maatschappelijk bewustzijn in cultuur” (Ministerie van OCW, 2003). De focus van het Kabinet verschuift daarbij met de tijd mee naar die van “versterking van de sector(en) onderling”. Het Kabinet pleit in de opvolgende periode dan ook voor een sector die op eigen benen staat, als vast onderdeel in de maatschappij. Een sector die zorgt voor “een bloeiend cultureel leven, verbindingen legt met andere maatschappelijke sectoren en meer eigen inkomsten voortbrengt”. Daarbij staat ruimte bieden aan talent en de thematiek ‘innoveren en participeren’ centraal (Ministerie van OCW, 2007). Deze vermenging van (kunst en) cultuur en economie, waarbij een mogelijke meerwaarde kan worden gerealiseerd, is een zichtbaar speerpunt in de afgelopen jaren cultuurbeleid. Hierbij zijn de culturele ondernemer en de opkomst van de creatieve industrie enkele voorbeelden van de stimulans door de overheid.

Commotie en discussie over cultuurbeleid en voornamelijk de financiering ervan is zoals hierboven beschreven dan ook niet alleen van nu en komt “minimaal elke vier jaren tot een hoogtepunt”, volgens Twaalfhoven (2005). Er wordt door de schrijfster bedoeld op de vierjaarlijkse Cultuurnota, waarbij de kritiek elke vier jaar bestaat uit ‘te weinig geld en middelen’ en het ‘ontbreken van begrip en betrokkenheid door

politici'. Zij onderstreept daarbij ook de niet directe kritiek op de vierjaarlijkse Cultuurnota, namelijk kritiek op het gehele subsidiestelsel. Onder andere voormalig staatsecretaris van Cultuur Rick van der Ploeg schreef hierover op 7 februari 2001 een brief aan de Raad van Cultuur, waarbij zijn opvolger Medy van der Laan zich aansloot en strijde voor "vereenvoudiging van de regelgeving en het terugdringen van de bureaucratie" (Twaalfhoven, 2005). Dit discours wordt extra gevoed door bijvoorbeeld de norm van de Europese Unie, waarbij (minimaal) 1 procent van de totale begroting verdeeld moet zijn over het culturele stelsel. Een norm waar Nederland niet aan voldoet. Het "te verwaarlozen percentage" aan overheidsuitgave wordt vervolgens ook nog eens overvraagd en realiseert mede daardoor bureaucratie volgens Klamer (2005).

Geconcludeerd kan worden dat kritiek dus inherent is aan (wijzigend) beleid in de culturele sector, voornamelijk als het gaat om financiering van het stelsel. Het discours over deze mogelijke financieringsvormen wordt weergegeven in paragraaf 2.2.

2.2 Financieringsvormen

Een eerste mogelijke (andere) vorm van financiering wordt ook wel de 'creatieve' aanpak genoemd, een vorm van ondernemerschap. Waarbij de overheidssfeer (subsidies en fondsen) niet (te) dominant is, en waar ook de marktsfeer (prijzen, sponsorgelden, vrienden van/voor) niet alleen aanwezig is. Waarbij juist de combinatie bestaat, en de energie wordt gestoken, in de derde sfeer van vrijwilligers, zelffinanciering, donaties, partners, vrienden en private fondsen. Waarbij "belangstelling, betrokkenheid en samenwerking tussen partners voorop staat, zonder missies te compromitteren" (Klamer, 2005). In de lijn van partners en vrienden bestaat ook het cultuurmecenaat, waarbij financiële bescherming wordt aangeboden door begunstigers van de kunst- en cultuursector van Nederland. Een manier om een gediversificeerd inkomstenbeleid te realiseren, en daarmee mogelijk minder afhankelijkheid van overheidssteun.

Wouter Sligter (2008) pleit voor een veel belangrijkere plaats van marketing in de strategie van organisaties. Dit moet de potentiële mecenasen motiveren en interesseren tot daadwerkelijke giften. Daarbij is de juiste marketing de eerste stap en zal een gezamenlijke en toegewijde samenwerking tussen directeur, raad en fondsenwerver volgens Sligter zorgen voor overtuigend vermogen en het "over de

streep trekken” van de donateurs. Sligter breidt deze gedachte uit en pleit zelfs voor meer dan één raad, namelijk één raad van mecenasen en één raad bestaande uit leden, verbonden voor lange(re) termijn, die het beleid coördineren (Sligter, 2008). Het uitdragen van de eigen waarden van de culturele instellingen, het juiste (merk)imago, zorgt volgens Sligter (2008) dat bijdragen in geld geen monetaire waarde meer vertegenwoordigen, maar morele waarde communiceren. Een andere mogelijke financieringsvorm is het idee van vraagfinanciering. Ofwel de (belasting)betalende burger ook, de voor hem of haar gewaardeerde kunst- en culturele initiatieven, laten bepalen. Vraagfinanciering kan mogelijk naast de culturele infrastructuur bestaan en zorgen voor “vraaggestuurde ontwikkeling en vernieuwing” (Weger de, 2005). Deze vorm van ‘subsidiering door consumenten’ kent zowel voor- als tegenstanders, net als bij alle andere mogelijke financieringsvormen. Hier wijkt ook een mogelijke financieringsvorm van ‘cultureel beleggen’ (via een doorstart) of een vorm om de focus te verleggen naar particuliere investeerders niet van af.

2.3 Discours

Er bestaat dus niet enkel discours over (de aankondiging van een) wijziging in culturele financiering, maar er is ook een continu discours over de mogelijke vernieuwing, verandering en aanpassing van de sector en haar financiering. De afgelopen 30 jaren toont dat de horizon ook is verkend voor dit discours, echter leverden de vele voorstellen juist weer discussie over het systeem van financiering op. In beide discours kwam het artistieke belang meer op de achtergrond te staan. Een onderdeel van het discours over de financiering van de culturele sector is de vierjaarlijkse systematiek. Deze systematiek wordt namelijk gekenmerkt door de grote vraag aan de overheid door de cultuursector. Hierbij ondersteunen de feiten de grote vraag aan de overheid. Waarbij eind jaren '80 er nog 170 aanvragen van culturele instellingen voor overheidssteun waren, in '92 waren dit 316 aanvragen en in 2004 823 aanvragen. Het aanbod culturele instellingen en activiteiten is dus exponentieel gegroeid, er is echter een stagnerende vraag naar culturele producten. In een “langzaam groeiende (consumenten)markt” is de druk op overheidssteun meer en meer toenemend en wordt de overheid dus overvraagd door de cultuursector volgens Olav Velthuis (2005). Velthuis pleit dan ook voor een organisatiestructuur waarin het verdelen van financiële middelen met veel minder energie gerealiseerd wordt.

Die organisatiestructuur hoeft volgens sommigen niet te wijzigen bij de overheid zelf. Doordat de overheid het Thorbecke-principe aanhangt – waarbij de visie is dat de regering geen oordelaar is van wetenschap en kunst -, heeft zij geen inhoudelijk oordeel over de kunsten, maar besteedt zij dat uit aan de Raad voor Cultuur, aan commissies in haar fondsen en aan haar eigen commissies op gemeentelijk, provinciaal en landelijk niveau. Als gevolg bestaat het discours dat al deze commissies en raden, veelal bestaande uit prominenten uit de sectoren zelf, een beperkt aantal instellingen (en individuen) beoordeelt uit de zogenoemde ‘eigen wereld’. Iedereen kent daarbij een zekere mate van afhankelijkheid van elkaar. Lex ter Braak (2005) noemt deze *double bind* de “bevangenheid van de sector, waarbij autonomie en kwaliteit niet altijd gewaarborgd kunnen worden”. Anderen stellen in dit discours dat de overheid zich juist wel inhoudelijk moet gaan bemoeien met de financiering van cultuurbeleid. Met als vertrekpunt een visie op kunst en cultuur en de toekomst daarvan. Waarbij bijvoorbeeld ook de inbreng van individuele burgers en het bedrijfsleven wordt belicht om zo “instandhouding van de kunsten te plaatsen in het licht van maatschappelijk verantwoord ondernemen” (Rienstra, 2005). Een ander, maar kenmerkend discours is die rondom het lobbycircuit. Prominente Nederlanders die normaliter “weinig twijfel hebben over de markt als ordeningsprincipe”, juist zij “voeden” dit discours volgens Olav Velthuis (2005). Dit doen zij samen met directe belanghebbenden en academische experts, veelal door hun rol als (oud)bestuurslid bij een culturele instelling (Velthuis, 2005). Onderzoek van het NRC Handelsblad uit 2004 sluit daarbij aan met het resultaat dat ruim 1/6^e van de bestuursfuncties van culturele instellingen wordt vervuld door politici (Berkhout, 2004). Er kan dus geconstateerd worden dat de cultuursector een bepaalde mate van belangenverstrengeling kent. Dit levert vervolgens het nodige discours op.

2.4 Conclusie

De diversiteit in het discours, de diversiteit in de voorstellen rondom mogelijke financieringsvormen en de geschiedenis van cultuurbeleid in Nederland tonen dat aandacht al decennia voortkomt uit een (bijna) non-autarkische culturele sector. Een sector die in vele gevallen afhankelijk is van (een vorm van) staatssteun waardoor elke wijziging in financiering direct treft.

Met een organisatiestructuur waarin prominenten en culturelen mogelijk weer andere culturele instellingen beoordelen (inhoudelijk en financieel) zorgen wijzigingen dat

niet alleen het ‘mes aan twee kanten snijdt’, maar dat ook een (invloedrijk) lobbycircuit invloed tracht uit te oefenen op dergelijke beslissingsmomenten. De vraag die ontstaat, is of de belangen van de sector van invloed zijn (geweest) op de berichtgeving van september 2010 tot en met maart 2011 omtrent de culturele financiering. Deze vraag zal beantwoord worden door in het onderzoek ook de focus te leggen op de sector(en) waarover wordt bericht in de landelijke dagbladen.

3. Theoretisch kader

Dit onderzoek wordt gekenmerkt door het fenomeen beeldvorming, waarbij sturing van informatie in media (uitingen) mogelijk is. Deze sturing heeft de potentie om een grote invloed te hebben, vanwege de vanzelfsprekendheid van media in onze huidige maatschappij. Waarbij de agenda van de media zowel invloed kan hebben op hetgeen ‘waarover’ de ontvanger denkt (agendasetting) als ‘hoe’ de ontvanger denkt (framing) over onderwerpen waar de media over bericht. In de paragrafen 3.1 en 3.2 van dit hoofdstuk staat deze framingtheorie centraal.

3.1 Framing

In deze paragraaf zal allereerst theorie over – en een definitie van - framing worden gegeven. Waarna eerder framingonderzoek in paragraaf 3.2 inzichten biedt voor een eigen onderzoek. Tot slot staat de theoretische benadering van dit onderzoek in paragraaf 3.3 centraal.

Het concept framing vond pas vanaf de jaren '90 ruime toegang tot de communicatiewetenschap. Daarvoor werd het concept vooral geadopteerd bij andere wetenschappelijke disciplines (Depres, 2008). Door de diversiteit aan disciplines en het gebruik ervan bestaat er een variëteit aan definities. Ook omdat frames in diverse fasen van het communicatieproces aanwezig kunnen zijn.

Entman (1993) schetst bij zijn definitie allereerst het fenomeen sociale wisselwerking, met daarbij nadruk op de verhoudingen in *cultuur* en *communicatie*. Wisselwerking tussen het fenomeen ‘cultuur’ en het fenomeen ‘communicatie’ werkt volgens Entman beeldvorming in de hand, waarbij ‘cultuur’ mensen bepaalde referentiekaders meegeeft en ‘communicatie’ het middel is dat deze mensen voorziet van informatie plus het referentiekader een waarde geeft. Beide fenomenen staan zowel los van elkaar als met elkaar in verbinding bij de analyse van beeldvorming. Het fenomeen ‘cultuur’ beïnvloedt dus, geeft vorm aan, de manier waarop personen informatie verwerken (Tennekes, 1990). Cultuur vormt de wereld waarin iemand leeft en is daarbij continu onderhevig aan verandering door menselijke creativiteit en menselijk handelen. Cultuur ontwikkelt zich daarbij in en door de mens zelf. Dit gaat daarbij samen met bepaalde waarden, normen, ideeën, rituelen en tradities. Het biedt volgens Gamson en Modigliani (1989) een perspectief om naar de wereld te kijken.

Achtergrond, ofwel cultuur, is dus (mede) bepalend voor de ‘vertaling’ van een boodschap: het vormen van een beeld.

Ook het fenomeen ‘communicatie’ beïnvloedt, geeft vorm aan, de realiteit waarin personen zich begeven. Carey (1989) onderscheidt bij dit fenomeen de *transmission view* en de *ritual view*, beide een andere benadering van ‘communicatie’. Daar waar het bij de *transmission view* gaat over de overdracht en afstanden van informatie tussen zender en ontvanger, gaat het bij de *ritual view* niet alleen over het overbrengen van informatie tussen personen of locaties. Deze invalshoek benoemt het begrip communicatie als zijnde ‘bewaker’ van overeenkomstige ideeën, het in stand houden van een gemeenschap met bijbehorende normen en waarden. Deze benadering van communicatie met een vormende rol is zichtbaar binnen dit onderzoek, waarbij gedachten, inzichten en ideeën de basis vormen voor mogelijke gemeenschappelijke waardeoordelen en de invloed daarbij op de samenleving. Berichten dienen volgens Carey (1989) dan ook niet alleen tot het informeren over hetgeen er is gebeurd, maar illustreren tevens in hoeverre dit correspondeert met het (wereld)beeld van een gemeenschap.

Vorming door ‘cultuur’ en ‘communicatie’ betekent echter niet dat dit één op één wordt overgenomen door het ontvangende publiek. Aan de hand van kennis, sociale omstandigheden en reeds gevormde meningen (en wat men belangrijk vindt en waar men over wil denken) wordt bepaald in hoeverre een beeld wordt gevormd. Een actief (ontvangend) publiek construeert hiermee hun realiteit, waarbij een wisselwerking tussen media en het publiek zichtbaar is (Boer de & Brennecke, 2003). Met dit inzicht houden wij de volgende definitie van Entman (1993) aan van framing:

‘To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, more evaluation, and/or treatment recommendation for the item described.’

Deze definitie van ‘framing’ vormt de basis voor dit onderzoek, om zo eventuele sturing in berichtgeving te definiëren. De theorie over framing kent veelal een uitstap naar het fenomeen ‘agendasetting’, beschreven als de voorloper van framing (Jasperson & El-Kikhia, 2003). Sommigen beschrijven framing dan ook als ‘agendasetting 2.0’, oftewel “het tweede niveau van agendasetting” (Reese, 2001).

Het verschil in beide benaderingen zit voornamelijk in de zender (de media) die vooraf alleen de berichtgeving wel of niet bepaalt voor de ontvanger (het publiek). Waarbij agendasetting uitgaat van de media die bepalen welke onderwerpen nieuwswaardig zijn en het publiek interessant vindt en over denkt, gaat framing ook uit van specifieke karakteristieken in media-uitingen die invloed uitoefenen bij het vormen van een beeld of mening. Specifieke beelden, bewoordingen en invalshoeken beïnvloeden en sturen, bijvoorbeeld in feiten wel of niet benadrukt. Het “gebruiken van de ene informatie en het uitsluiten van andere informatie” is daarbij een voorbeeld om informatie te benadrukken (Gamson, 1992). Onderzoek naar en over deze frameworken biedt vervolgens de mogelijkheid om de realiteit(en), gecreëerd door berichtgeving, te achterhalen en te bestuderen.

Interpretatie van berichten wordt gedaan door een analyse van de aanwezige informatie, de toonzetting van deze informatie en de te ontdekken patronen in deze informatie(voorziening). Framing benadert berichtgeving dus niet als op zichzelf staande gegevens, maar analyseert zowel afkomst als inhoud ervan.

Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen media en individuele frames. *Mediaframes* zijn frames die gebruikt worden door de media bij de weergave van bepaalde onderwerpen. Door een waarde toe te kennen aan een gebeurtenis en deze vervolgens te tonen aan het publiek. Er ontstaat hierdoor een realiteit, waarbij bewust en onbewust aspecten worden benadrukt. Dit realiseert wisselwerking tussen de “informatie voorzien” en de “gebeurtenis waargenomen en geïnterpreteerd” (Scheufele, 1999). Door bijvoorbeeld bij berichtgeving “bepaalde informatie meer aandacht te geven dan andere valt deze op, springt deze er meer uit, en is de kans groter dat het publiek dat vooral onthoudt” (Entman, 1993). En ook de vormgeving van een bericht, de bronnen die worden gebruikt, onderwerpen die worden belicht en het gebruikte taalgebruik zijn allen factoren van belang om een “bepaald perspectief te schetsen” (Jasperson & El-Kikhia, 2003). De kennis die het publiek reeds bezit over het onderwerp wordt hiermee aangevuld of aangescherpt.

Individuele frames worden ook wel de referentiekaders van de ontvanger, het publiek, genoemd. Gamson en Modigliani (1989) stellen daarbij dat het publiek een eigen opinie wil vormen en daardoor op zoek is naar informatie die aansluit op hun leefwereld en visie. Frames die passend zijn bij deze opinievorming hebben vervolgens een grotere kans om aansluiting te vinden. Waarden, normen, ideeën, visies en meningen hebben ook invloed op de berichtgeving. Zo kan framing

aansluiten bij een referentiekader en zorgen voor invloed, maar kan informatie ook niet overeenkomen met een referentiekader en daardoor de kans hebben niet te worden ontvangen. Deze “individuele aansluiting van het publiek op zijn of haar referentiekader” noemt Entman (1993) schemas (en/of schemata).

In dit onderzoek ligt de focus op de *mediaframes* die gebruikt worden in de berichtgeving van de geschreven landelijke media, afgebakend in de periode tussen september 2010 en maart 2011. Van welke individuele frames er sprake zou kunnen zijn bij de ontvanger (het publiek) wordt niet onderzocht. Dit omdat individuele referentiekaders over dit onderzochte onderwerp een andere inrichting van onderzoek benodigd. Een opinieonderzoek kan hier bijvoorbeeld meer inzichten in verschaffen. Waar de theorie van Entman (1993) vooral nog focust op de beschrijving dat frames specifieke informatie kunnen benadrukken of juist kunnen weglaten, bewust of onbewust, geeft het recentere onderzoek van Van den Bulck, Simons en Van Gorp (2008) verdieping aan specifieke frameworken binnen berichtgeving. Zij benoemen dit als *framing devices*, met voorbeelden als specifiek woordgebruik, taalgebruik, aangehaalde voorbeelden en gebruikt beeldmateriaal.

Niet altijd even zichtbaar, maar mogelijk ook aanwezig in een framework zijn de *reasoning devices*. Dit zijn waardeoordelen, consequenties en oorzaken die in tekst of beeld naar voren komen. Ook deze elementen maken onderdeel uit van de mogelijkheid tot beeldvorming middels frames. De reasoning devices zijn daarbij volgens van Gorp (2005) direct verbonden aan de vier functies van een frame, oftewel de *framedimensies* van Entman. Entman (1993) benoemt de vier framefuncties als zijnde: het definiëren van het probleem, het benoemen van de oorzaak, een moreel oordeel vellen hierover en het aandragen van een oplossing. De reasoning devices geven vervolgens inzicht in de samenstelling van een frame aan de hand van de vier framefuncties. Een frame bepaalt zo op welke manier bepaalde tekst geïnterpreteerd zou moeten worden en speelt daarmee een rol in het beeld dat gevormd wordt van de realiteit (Van Gorp, 2007).

3.2 Onderzoek

Om onderzoek naar mediaframes te kunnen uitvoeren is het van belang vooraf de onderzoeksstrategie vast te stellen. Frames kunnen daarbij op een *inductieve* of *deductieve* manier worden bepaald en via een *kwantitatieve* of *kwalitatieve* analyse worden gemeten.

Frames via een *inductieve* onderzoeksstrategie bepalen betekent werken vanuit de open geest van de onderzoeker. Tekstkenmerken worden geanalyseerd en geïnterpreteerd om te komen tot een aantal (aanvullende) frames. Daarbij wordt het bestaan van (de mogelijkheid tot) andere frames dan vooraf gedefinieerde frames niet uitgesloten. Dit is een duidelijk verschil met het deductieve karakter. Toetsing van kenmerken in tekst op de aanwezigheid van frames die vooraf bepaald zijn, via een *deductieve* onderzoeksstrategie, kan namelijk betekenen dat frames niet opgemerkt worden zolang ze niet gedefinieerd zijn. En ook bepaalde kenmerken in tekst kunnen worden toegewezen aan een frame dat vooraf is bepaald, terwijl deze meer van toepassing kunnen zijn op een aanvullend (nieuw) frame (Van Gorp, 2006).

De onbevooroordeelde manier van de inductieve strategie, zonder specifieke frames te zoeken in tekst, kent ook nadelen. Er is nauwelijks houvast en er is (veel) ruimte voor abstractie. De diversiteit van tekstkenmerken zorgt ook voor een arbeidsintensiever en onduidelijker proces dan bij de deductieve strategie. Ook de mogelijkheid gebruik te maken van codeurs (andere onderzoekers die dezelfde bronnen gebruiken voor hun bevindingen) is uitgesloten vanwege de sterke afhankelijkheid van individuele creativiteit, inzichten en analytisch vermogen.

Binnen wetenschappelijk onderzoek bestaat de sterke wens dat een onderzoek gereconstrueerd kan worden en op basis van dezelfde bronnen eenzelfde resultaat worden opgeleverd. Vandaar dat in dit onderzoek de *deductieve onderzoeksstrategie* wordt toegepast.

Binnen dit onderzoek naar mediaframes wordt er tevens een verdeling gemaakt tussen *issuespecifieke* frames en *generieke* frames (De Vreese, 2005). Issuespecifieke frames hebben betrekking op specifieke gebeurtenissen, veelal een momentopname in de tijd. Een nieuwsonderwerp kan bijvoorbeeld via issuespecifieke frames heel gedetailleerd worden onderzocht. Generieke frames zijn algemener van aard en zijn toepasbaar op een groter aanbod van nieuwsitems. Binnen dit onderzoek naar mediaframes worden dan ook de *generieke frames* geïdentificeerd.

Semetko en Valkenburg (2000) bieden een indeling van veelgebruikte generieke frames, te weten het verantwoordelijkheidsframe, het human interestframe, het conflictframe, het moraliteitsframe en het economisch gevolgenframe.

Het verantwoordelijkheidsframe geeft een onderwerp weer vanuit het perspectief dat iemand de verantwoordelijkheid draagt. Dit kunnen zowel individuen, groepen en de overheid zijn. Het human interestframe geeft een onderwerp weer vanuit een

persoonlijke en/of emotionele invalshoek. Persoonlijke voorbeelden en/of weergave van emoties zijn kenmerkende elementen van het human interestframe. Het conflictframe geeft een onderwerp weer vanuit het perspectief van een conflict tussen individuen, groepen of instanties. Het moraliteitsframe geeft een onderwerp weer vanuit een moreel oordeel en het economisch gevolgenframe geeft een onderwerp weer vanuit de gevolgen op financieel vlak. Om te meten of, en in welke mate, een frame in berichtgeving voorkomt hebben Semetko en Valkenburg (2000) 19 vragen geconstrueerd die met ja of nee moeten worden beantwoord. Deze 19 vragen, behorende bij alle vijf generieke frames, zijn opgenomen in het codeboek in de bijlage.

3.3 Theoretische benadering

Dit onderzoek gaat uit van de rol die media heeft middels de *sociaal constructivistische benadering*, beschreven door d'Angelo (2002). In deze benadering wordt uitgegaan van een *actief* publiek, dat haar mening kan vormen met beschikbare informatie die meerdere, diverse visies en standpunten bevat. Belangrijk hierbij is dat de informatie als volledig wordt beschouwd door het actieve publiek. Dit criterium wordt dan ook toegepast op de data in dit onderzoek. Beperkte informatie leidt namelijk tot onbetrouwbaarheid ervan. (d'Angelo, 2002).

(Media)frames zijn in deze benadering onderdeel van een groter geheel aan invloed van informatie, voornamelijk door publieke opinie en publieke socialisatie. (De Vreese, 2003). De mate van omgang met de aanwezigheid van individuele frames, bepaalt uiteindelijk de mate van invloed van mediaframes. (Van Gorp, 2006 & 2007). Eigen inzicht, kennis en voorgeschiedenis van het publiek bepalen dus de invloed van (media)frames, samen met de publieke opinie en socialisatie. Voornamelijk dat laatste maakt dat de mogelijke invloed niet alleen een interactie is tussen bestaande kennis en frames, hetgeen waar de *cognitieve benadering* op is gestoeld (d'Angelo, 2002).

De sociaal constructivistische benadering die is aangehouden in dit onderzoek schetst de veelzijdigheid aan invloeden op het publiek (de ontvanger). Frames in berichtgeving worden verondersteld als invloed - of beter gezegd inbreng - en kennen een constant samenspel met de informatie die al in bezit is van het publiek (de ontvanger). De mogelijke inbreng staat centraal in dit onderzoek.

3.4 Conclusie

Media maken gebruik van zogenoemde *mediaframes* die informatie in een bepaald daglicht plaatsen. De mogelijkheid tot sturing met deze frames wordt verondersteld als een belangrijk aandachtspunt in berichtgeving. Voornamelijk in 'hoe' het actieve publiek (de ontvanger) wordt geïnformeerd, waarbij *individuele frames* uiteindelijk de daadwerkelijke invloed hiervan bepalen. De *sociaal constructivistische benadering* in dit onderzoek aangehouden kent daarbij als criterium dat de artikelen volledige en betrouwbare bronnen zijn. Analyse van de informatie voorhanden gebeurt onder andere middels de toonzetting, de patronen in deze informatie (voorziening), de bronnen die worden gebruikt, onderwerpen die worden belicht en het gebruikte taalgebruik. Specifieke woordkeus, aangehaalde voorbeelden en de wijze waarop het bericht wordt gepresenteerd zijn de *framing devices* die het raamwerk vormen voor de kritische analyse van berichtgeving.

De *deductieve onderzoeksstrategie*, toegepast in dit onderzoek, zorgt dat gedefinieerde frames voorafgaand aan het onderzoek bepaald zijn en analyse kent van enkel deze frames. De vijf *generieke frames* die zijn opgesteld door Semetko en Valkenburg (2000) worden in dit onderzoek geanalyseerd. Dit zijn het verantwoordelijkheidsframe, het human interestframe, het conflictframe, het moraliteitsframe en het economisch gevolgenframe.

4. Methoden

Dit hoofdstuk geeft inzicht in de methode die is gebruikt om de onderzoeksvraag te beantwoorden. Paragraaf 4.1 herhaalt kort de onderzoeksvraag en deelvragen en paragraaf 4.2 gaat in op de gekozen onderzoeksmethode: een kwantitatieve inhoudsanalyse. Paragraaf 4.3 belicht vervolgens de onderzoeksvariabelen en paragraaf 4.4 beschrijft de betrouwbaarheid van de variabelen.

4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden de methoden van onderzoek beschreven, om zo de hoofd- en deelvragen van dit onderzoek te beantwoorden. Ter herinnering gaat het daarbij om de volgende hoofdvraag:

“Hoe is de berichtgeving over de aangekondigde wijziging van culturele financiering in Nederland in de maanden september 2010 tot en met maart 2011 weergegeven in de landelijke geschreven media?”

Deze hoofdvraag bestaat uit twee deelvragen:

- 1) welke (dominante) frames (en patronen) zijn er in de berichtgeving over de (politiek) aangekondigde wijziging van culturele financiering te onderscheiden?
- 2) in hoeverre is er verschil in berichtgeving per landelijk geschreven medium?

Om hier achter te komen zijn onder andere de volgende aspecten onderzocht:

- * Welk soort/type artikel wordt er gebruikt in de berichtgeving over de (wijzigingen in) financiering van de kunst en cultuursector in Nederland?
- * Welke plek nemen de artikelen over de (wijzigingen in) financiering van de kunst en cultuursector in Nederland in de krant in?
- * Over welke culturele sectoren bericht de krant in haar artikelen?
- * Met welke issues wordt de ‘financiering van cultuur’ in verband gebracht?
- * Welke toonzetting wordt er in de artikelen gebruikt waarin de ‘financiering van cultuur’ centraal staat?
- * Wie is de belangrijkste actor genoemd in de artikelen waarin de ‘financiering van cultuur’ centraal staat?
- * Welke frames hanteert de krant in de artikelen waarin de ‘financiering van cultuur’ centraal staat?

4.2 Inhoudsanalyse

Dit onderzoek is uitgevoerd aan de hand van een kwantitatieve inhoudsanalyse. Een inhoudsanalyse is volgens Wester (2006) een “systematische vorm van lezen om waarnemingen te doen”. Een onderzoeksmethode uit de communicatiewetenschap, waarbij soort en inhoud van de berichtgeving de leidraad vormen in het onderzoeken. Het bestaansrecht van deze methode zit in het maatschappelijke belang van media. Doordat berichtgeving een weerspiegeling is, producten zijn, van de samenleving heeft het daardoor de mogelijkheid iets te beschrijven over een sociaal-culturele situatie in de samenleving. Dit hoeft dus niet een letterlijke weergave van een gebeurtenis in de wereld te zijn.

In het voorgaande hoofdstuk is reeds beschreven dat de auteur van media-uitingen, veelal de journalist, mogelijk ook haar invloed heeft in de weergave(n). Zonder daarvoor de auteur zelf als bron te gebruiken, kan ook zijn of haar berichtgeving geanalyseerd worden op mogelijke sturing. Wester spreekt hierbij over een ‘handelingscontext’, waarbij de manier waarop een bericht wordt getoond duidelijke patronen kan bevatten. Inhoudsanalyse geeft de mogelijkheid om het verloop van een maatschappelijke ontwikkeling te reconstrueren en analyseren.

Kwantitatieve analyse toetst de aanwezige frames in berichtgeving. Zoals reeds is beschreven is in dit onderzoek een aantal (generieke) frames op voorhand bepaald, gedefinieerd en vervolgens geïdentificeerd. Op basis van de aanwezigheid van deze frames zal een antwoord op de hoofdvraag worden geformuleerd.

Daarbij zijn er twee keuzes in de hoofdvraag waar te nemen. Enerzijds de keuze voor een (werkbare) afgebakende tijdsperiode en anderzijds de keuze voor een (werkbare) afbakening van media. De eerste keuze was deels al gemaakt, door het moment van aankondiging van bezuinigingen in de culturele sector in dit onderzoek te definiëren als startpunt. Doordat de bezuinigingen in 2013 al worden ingeluid met financiële gevolgen vanaf januari 2011 is echter niet alleen berichtgeving in de aanloop naar januari 2011 interessant, maar juist ook weergave in landelijke media vanaf het moment dat de financiële minderingen daadwerkelijk plaatsvinden. Er is hierdoor gekozen voor een even lange periode van aanloop en uitvoering. Deze periode is gedefinieerd tot 30 september 2010 tot 1 april 2011. Door 30 september als startpunt te markeren kent 2010 één dag extra analyse binnen deze tijdsperiode van zes maanden.

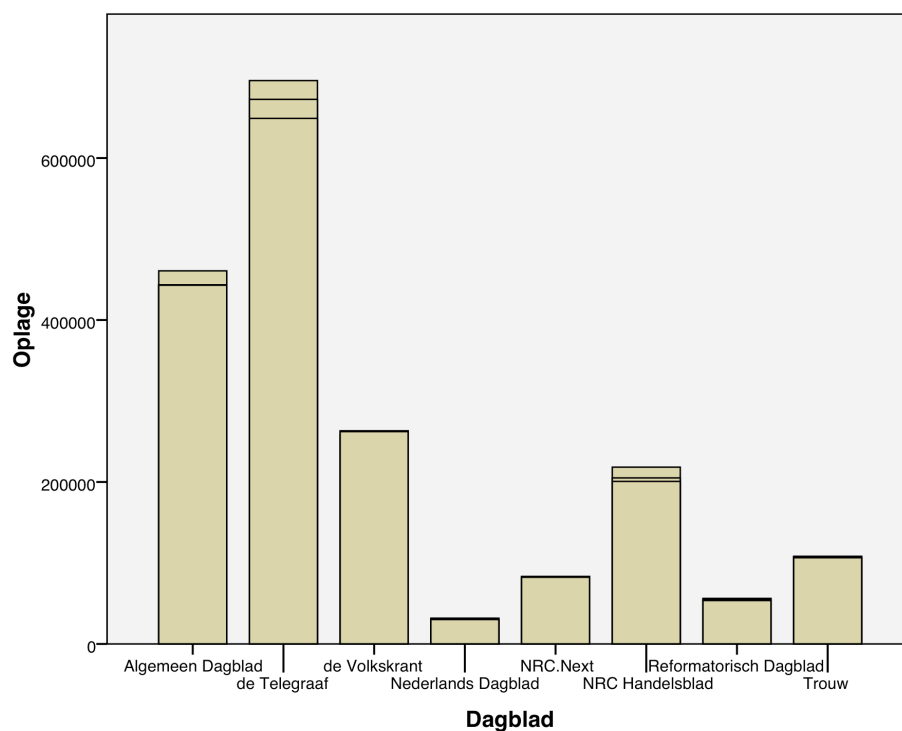
De tweede keuze heeft betrekking op een (werkbare) afbakening van landelijke media. Een keuze in bronnen op basis van onderzoeksmateriaal (aantallen), profilering, diversiteit, doelgroep(en)/lezerskring en meer. Om tot een representatief onderzoek te kunnen komen, is de keuze gemaakt om de ‘landelijke geschreven media’ te analyseren.

Na afbakening is de keuze gemaakt voor zes landelijke (betaalde) dagbladen en één gespecialiseerd (landelijk en betaald) dagblad. Hierbij is de onderverdeling van Bakker en Scholten (2003) aangehouden, die in termen schrijven als ‘populaire’ en ‘kwaliteits’ kranten. Signatuur hiervoor bestaat onder andere aan de hand van de doelgroep van de krant, het ‘lezersprofiel’. Specificering van deze afbakening vindt plaats in de volgende paragrafen.

4.2.1 Landelijke dagbladen

Met de introductie van NRC.Next in het medialandschap van Nederland kent het in 2010 en 2011 acht landelijke dagbladen. Andere landelijke dagbladen zijn Algemeen Dagblad, de Telegraaf, de Volkskrant, Nederlands Dagblad, NRC Handelsblad, Reformatorisch Dagblad en Trouw. Hieronder is in een staafdiagram de oplage van de acht landelijke dagbladen weergegeven. In de bijlage is het kwantitatieve overzicht gepresenteerd voor de jaren 2008, 2009 en 2010.

Figuur 4.1. Gemiddelde oplage van de acht landelijke dagbladen in Nederland



Bron: www.hoi-online.nl, 2008 – 2010

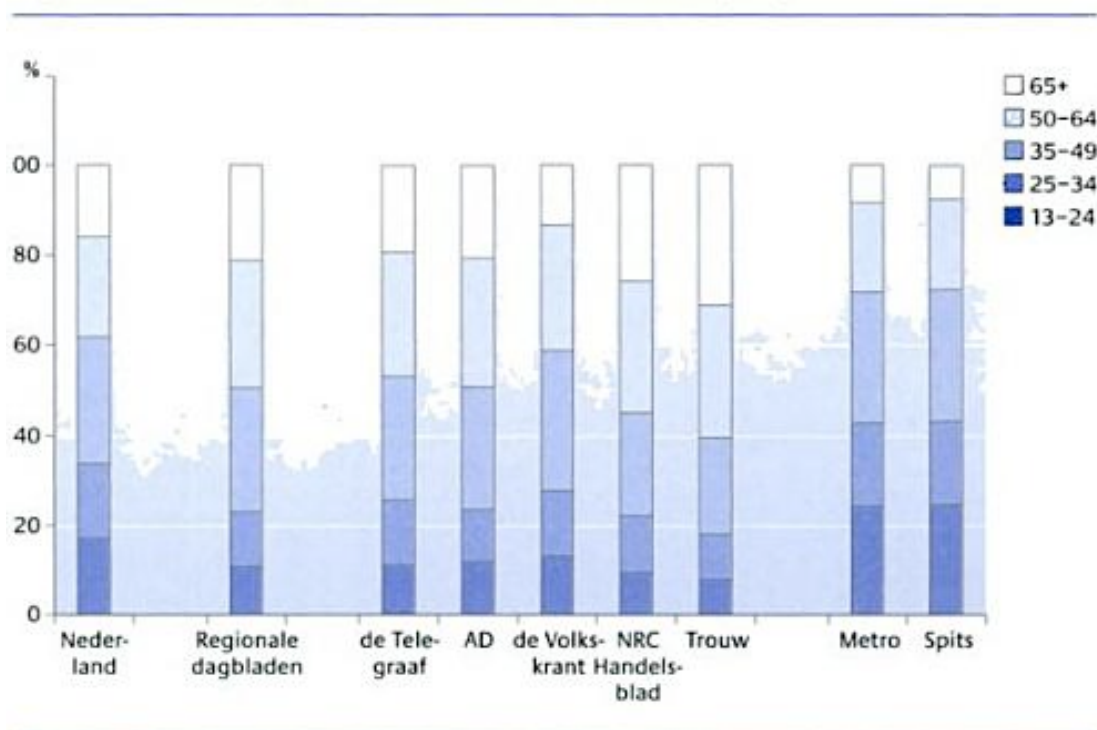
Oplagecijfers zijn daarbij de totaalsom van de volgende verdelingen: betaalde abonnementen (standaardprijs en actieprij), deelabonnementen, lidmaatschapsabonnementen, losse verkoop netto (adviesprijs en actieprij), betaalde meervoudige abonnementen (adviesprijs en actieprij), controlled circulation, gerichte gratis oplage, losse verkoop bruto, overige betaalde oplage en overige gratis oplage. Inzicht is verschaft in gemiddelde oplagecijfers voor de jaren 2008, 2009 en 2010. Op het moment van onderzoeken waren de oplagecijfers voor 2011 nog niet volledig bekend.

Naar aanleiding van het bereik (in oplage) van het Reformatorisch Dagblad en Nederlands Dagblad kan worden gesteld dat deze twee kranten de kleinste oplagen hebben in Nederland. Bakker en Scholten (2003) omschrijven daarbij dat het Reformatorisch Dagblad en Nederlands Dagblad ook twee kranten zijn met een specifiek bereik. Vooral in gemeenten van protestants-christelijke signatuur kennen de twee kranten bereik, voor dit onderzoek is dit een te specifieke afname. Op basis van bovenstaande oplagecijfers en onderzochte dekkingpercentages door Bakker en Scholten is daarom gekozen om de zes grootste landelijke dagbladen te onderzoeken.

4.2.2 Populair versus kwalitatief

De Telegraaf en Algemeen Dagblad worden getypeerd als ‘populaire’ dagbladen, waarbij NRC Handelsblad, NRC.Next, de Volkskrant en Trouw worden getypeerd als kwaliteitskranten (Bakker & Scholten, 2003). Een typering die voortkomt uit analyse van de verhouding ‘(politieke) informatie’ versus ‘amusement’ in een dagblad, waarbij veel ‘(politieke) informatie’ versus weinig ‘amusement’ de krant de signatuur kwalitatief geeft en visa versa. Bakker en Scholten typeren deze tweedeling tevens naar lezerskring. De Telegraaf en Algemeen Dagblad kennen bij hun lezerskring vergelijk met de dwarsdoorsnede van de Nederlandse bevolking, terwijl in de lezerskring van NRC Handelsblad, NRC.Next, de Volkskrant en in iets mindere mate Trouw de hogere inkomens- en opleidingscategorieën zijn vertegenwoordigd. Dit is tevens zichtbaar in figuur 4.2.

Figuur 4.2. Leeftijd en welstand van krantenlezers (in %)



Bron: NOM Print Monitor 2005-II (nov. 04 – okt. 05)

Dit gedateerde onderzoek (de NOM Print Monitor) is aangevuld met het meest recente onderzoek van Intomart GfK op moment van schrijven. Het gemiddelde bereik van de landelijke dagbladen, met de gegevens over 2011 beschikbaar, is

gepresenteerd in tabel 4.1. De welstand van de krantenlezers is hierbij helaas niet wederom meegenomen in het meest recente onderzoek, zoals in figuur 4.2 wel het geval is.

Tabel 4.1. Gemiddeld bereik van de landelijke dagbladen

		Gemiddeld bereik: Landelijke dagbladen								
		Allen	Geslacht		Leeftijd					
			Man	Vrouw	13-19 jaar	20-34 jaar	35-49 jaar	50-64 jaar	65 + jaar	
	Projectie (x1000)	13.922	6.868	7.054	1.390	3.011	3.765	3.328	2.428	
	Steekproef	22.042	10.516	11.526	1.829	5.433	5.917	5.191	3.672	
AD Dagbladen	000	1.534	852	682	125	226	372	473	339	
	%	11,0	12,4	9,7	9,0	7,5	9,9	14,2	13,9	
Het Financieele Dagblad	000	184	136	48	8	32	64	57	23	
	%	1,3	2,0	0,7	0,6	1,1	1,7	1,7	1,0	
Nederlands Dagblad	000	122	57	65	12	19	42	28	21	
	%	0,9	0,8	0,9	0,8	0,6	1,1	0,8	0,9	
NRC Handelsblad	000	491	283	207	30	52	110	162	137	
	%	3,5	4,1	2,9	2,1	1,7	2,9	4,9	5,6	
nrc.next	000	316	180	135	28	99	85	74	29	
	%	2,3	2,6	1,9	2,0	3,3	2,3	2,2	1,2	
Reformatorisch Dagblad	000	135	60	76	19	35	33	24	25	
	%	1,0	0,9	1,1	1,4	1,2	0,9	0,7	1,0	
De Telegraaf	000	2.071	1.116	954	149	309	544	563	505	
	%	14,9	16,3	13,5	10,7	10,3	14,4	16,9	20,8	
Trouw	000	313	160	153	27	33	56	84	114	
	%	2,3	2,3	2,2	1,9	1,1	1,5	2,5	4,7	
de Volkskrant	000	812	462	350	75	107	187	284	159	
	%	5,8	6,7	5,0	5,4	3,5	5,0	8,5	6,6	

Bron: NOM Print Monitor 2011/-I/2011-II: gemiddeld bereik 13+

Van Hoof (2000) geeft een extra toevoeging in de verdeling ‘populaire’ kranten en ‘kwaliteits’ kranten met het onderscheid in commerciële kwaliteit en culturele kwaliteit. Waarbij commerciële kwaliteit een specialisme is van de ‘populaire’ kranten, door met informatie zo goed mogelijk de lezersbehoefte te bevredigen. Culturele kwaliteit is een specialisme van de ‘kwaliteits’ kranten, door met informatie de lezer zo goed mogelijk in te lichten. Kussendrager, van der Lugt en Rogmans (2002) stellen dat een ‘kwaliteits’ krant streeft naar een hoge mate van verdieping in de artikelen. Hierdoor is het taal- en woordgebruik vaak ingewikkelder dan in een ‘populaire’ krant. De verdieping zorgt ook voor een grotere omvang van de artikelen in een ‘kwaliteits’ krant, in vergelijking tot een ‘populaire’ krant. Over het algemeen nemen ‘kwaliteits’ kranten meer afstand van het nieuws en trachten zij een kritische benadering aan te houden.

4.2.3 Gespecialiseerde dagbladen

Er verschijnen in Nederland ook gespecialiseerde dagbladen. Dit zijn in 2010 en 2011 het Financieele Dagblad en het Agrarisch Dagblad. Het Agrarisch dagblad kent na

analyse een te specifieke doelgroep. Het Financieele Dagblad kent voor een gespecialiseerd dagblad wel een brede doelgroep en kent een relatief grote oplage. Omdat dit onderzoek zich bevindt op het snijvlak van cultuur en economie en het Financieele Dagblad berichtgeving over economie als specialisme opvoert, is het waardevol om dit grootste landelijke gespecialiseerde dagblad mee te nemen in het onderzoeksmateriaal. Het Financieele Dagblad is als zevende landelijke dagblad dan ook toegevoegd als onderzoeksbron.

Door de lezerskring, verdieping in berichtgeving, kritische benadering van informatie en culturele kwaliteit kent het Financieele Dagblad de noemer ‘kwaliteits’ krant.

4.2.4 Gratis dagbladen

Gratis dagbladen als Dagblad de Pers, Metro en Spits kennen tevens een grote oplage. Vooral door het niet beschikbaar zijn van een duidelijk lezerprofiel, duidelijke benadering, de mogelijke sturing van adverteerders in de berichtgeving en het bereik in geheel Nederland is gekozen om de gratis dagbladen niet toe te voegen als onderzoeksbron.

4.2.5 Afbakening

Het gebruik van het trefwoord ‘cultuur’ in de digitale database Lexis Nexis Academic leverde in de landelijke geschreven media (het gekozen zevental kranten), in de periode 30 september 2010 tot 01 april 2011, een onoverzichtelijk aantal artikelen op voor dit onderzoek. Deze database geeft maximaal 3.000 artikelen in één zoekbeurt weer, dit was met 5.107 resultaten niet voldoende toereikend. In de bijlage is dit resultaat opgenomen.

Het aantal resultaten gaf ook nog geen richting aan het onderzoek. Omdat de term ‘cultuur’ diverse betekenissen heeft kunnen de resultaten bij invoer van het trefwoord ‘cultuur’ niet altijd met elkaar vergeleken worden.

Door aan het trefwoord ‘cultuur’ vijf trefwoorden toe te voegen (AND) die in verband staan met het onderwerp ontstond een verfijnder resultaat, representatief voor dit onderzoek. Met de toevoegingen van de trefwoorden ‘bezuinigen’, ‘schreeuw’, ‘wijzigen’, ‘tekort’ en de zoekterm ‘culturele financiering’ is het grootste spectrum van waardevolle artikelen (492) binnen dit onderzoek bereikt. Deze 492 artikelen bevatten 30 zogenoemde *dubbelingen*, oftewel dezelfde inhoud van hetzelfde artikel in dezelfde krant op dezelfde dag gepubliceerd. Per trefwoord is een kwantitatieve

weergave van deze ‘dubbelingen’ opgenomen in bijlage 3. En ook zogenoemde *aankondigingen*, een korte introducerende tekst ter inleiding voor de volledige tekst elders in de krant, leverde 10 artikelen op die niet worden onderzocht. Inzicht in de bron leverde een verdeling op van journalisten, redactie, professionele(n) en een groep overige schrijvers. De artikelen (49) van de groep *overige schrijvers* zijn niet meegenomen in dit onderzoek. Inhoudelijke analyse van de (403) artikelen op ‘titel’, ‘inleidende alinea’ en het trefwoord ‘cultuur’ resulteerde in een aantal issues die raakvlak kennen met het onderwerp van dit onderzoek, maar niet direct toebehoren tot dit onderzoek. Deze issues zijn allen opgenomen in bijlage 3, waarin inzicht is verschaft per trefwoord. Door bovenstaande afbakening zijn 219 authentieke artikelen ‘overgebleven’ voor inhoudelijke analyse. Allen representatief voor de berichtgeving over de (voorgenomen) wijziging van financiering van culturele producten in Nederland.

4.3 Onderzoeksvariabelen

Met behulp van onderzoeksvariabelen worden alle berichten op dezelfde manier geanalyseerd en verwerkt in een ontwikkeld codeboek, opgenomen als bijlage 5. Naast de beschreven onderzoeksvariabelen in deze paragraaf zijn allereerst enkele *algemene kenmerken* van de artikelen geregistreerd.

Een algemeen kenmerk is het tijdvak van het onderzoeksmateriaal, dat verloopt van 30 september 2010 tot 01 april 2011. Hierbij zijn twee *perioden* te onderscheiden, namelijk de periode voor en na 01 januari 2011. Dit omdat vanaf dat moment de bezuinigingen geleidelijk zijn doorgevoerd in de kunst- en cultuursector.

In het codeboek is ook onderscheid gemaakt in de schrijver(s) van het artikel, gecategoriseerd in: *journalist*, *redactie* of de culturele *professionele* die gevraagd is om zijn of haar expertise te delen. En ook de plaats waar het artikel is gepubliceerd in de krant is gecategoriseerd in *voorpagina* en *overige plaats*.

4.3.1 Soort artikel

De analyse van berichten kent verdeling naar het ‘soort’ artikel. De definiëring van Kussendrager, van der Lugt en Rogmans (2002) is daarbij gehanteerd binnen dit onderzoek:

* *nieuwsbericht*: het doel van een nieuwsbericht is de lezer goed, duidelijk en snel te informeren. Het bericht heeft een duidelijke kop en een heldere, kernachtige

geschreven lead. Het nieuwsbericht is niet langer dan twintig tot dertig (tik)regels (ongeveer 300 woorden). Het beperkt zich tot één onderwerp en geeft antwoord op de vragen *wie, wat, waar, wanneer, waarom en hoe*.

* *nieuwsverhaal*: dit is een actueel verhaal van ongeveer honderd (tik)regels, samengesteld uit meerdere bronnen. Nieuwsverhalen zijn niet alleen langer, maar ook gevarieerder dan nieuwsberichten.

* *verslag*: dit is een verhaal dat in een bepaalde vorm een gebeurtenis met een zekere tijdsduur beschrijft, waarbij de journalist aanwezig is. Kenmerkend voor een verslag is dat er iets in gebeurt, de gebeurtenis zich uitstrekt over een bepaalde tijdsduur, de journalist ter plekke is en een selectie maakt uit de gebeurtenissen.

* *interview*: dit is een vraaggesprek tussen journalist(en) en nieuwsbronnen.

* *reportage*: dit is het journalistieke verslag van een oor-, oog- en reukgetuige over een duidelijk omschreven en afgebakend onderwerp. Het onderwerp wordt van verschillende kanten belicht en er wordt gebruik gemaakt van verschillende journalistieke technieken (interview, nieuwsgaring, waarneming, onderzoek).

* *achtergrondverhaal*: dit is het verhaal van de journalist waarin hij of zij met verschillende bronnen en journalistieke vaardigheden de achtergronden schildert van een gebeurtenis of ontwikkeling. Eigen documentatie, (telefonische) interviews met betrokkenen, onderzoek en eigen waarneming zijn tot één geheel gesmeden door de journalist.

* *profiel/portret*: dit is een geschreven schets van een man of vrouw en heeft een duidelijke binding met de actualiteit. Actuele gebeurtenissen vormen de aanleiding voor het schrijven van een profiel. Het portret is een tijdloze, brede schets van een persoon, waarbij de aanleiding voor het portret minder actueel is dan voor een profiel. Kussendrager, van der Lugt en Rogmans (2002) onderscheiden tevens de categorie *opinie* (van het publiek) en *columns* (van het publiek), deze zijn echter niet meegenomen in dit onderzoek. Wel is een *overige* categorie toegevoegd om de opinie of column van een culturele professionele te onderzoeken.

Over de *titel* van een artikel stellen Kussendrager, van der Lugt en Rogmans (2002) dat het de kern (essentie) bevat van het geheel. De titel heeft volgens hen de functie om een lezer snel en accuraat te informeren en ook de aandacht te trekken (om meer te willen lezen). Ook de titel kende analyse door het gebruik van een (of meerdere) trefwoord hierin te onderzoeken.

Het *aandeel* van focus in het artikel bevat tevens mogelijk waardevolle informatie. De focus op de (veranderende) financiering van de kunst- en cultuursector is daarbij gecategoriseerd in klein, middel en groot. Het aandeel is respectievelijk een focus van $1/3^e$ in het artikel (of minder), tussen $1/3^e$ en $2/3^e$ focus of $2/3^e$ (of meer) focus.

4.3.2 Culturele sectoren

Dit onderzoek analyseert een onderdeel uit het werkveld van kunst en cultuur, waar men al snel spreekt over de cultuursector. Deze sector is door de Raad voor Cultuur ingedeeld in een aantal sectoren: *amateurkunst en cultuureducatie, archieven, architectuur en stedenbouw, monumenten, archeologie en landschapsarchitectuur, beeldende kunst en vormgeving, bibliotheken en letteren, cultuurbezit, eCultuur, film, media, musea en podiumkunsten*. Gezien de Raad voor Cultuur het wettelijke adviesorgaan van de regering is op gebied van kunst, cultuur en media heeft zij een leidende rol in het cultuurbeleid van Nederland. Financiering van deze sectoren is een onderdeel van het cultuurbeleid in Nederland, waarbij dit onderzoek zich richt op de berichtgeving over deze culturele financiering. Met berichtgeving over individuele sectoren en ook met berichtgeving over *cultuur*, een als collectief gebundelde noemer. De inhoudelijke analyse van deze sectoren komt voort uit hoofdstuk 2, waar duidelijk is geworden dat er een sterke lobby is in een non-autarkische sector. Met de vraag of ook in de berichtgeving kenmerkende sectoren zijn aan te duiden.

4.3.3 Issues

Met inzichten in het discours in de kunst- en cultuursector, van oudsher en in tijden van dit onderzoek, is een lijst met onderwerpen opgesteld die nadere analyse verdienen. Een overzicht van issues:

Issues	Issues
* protest	* initiatieven
* wijziging (aankondiging van)	- geefwet
- btw-verhoging	- crowdfunding
- verlaging financiële bijdrage(n)	- mecenaat
- afschaffing cultuurkaart jongeren	- prijzen
- afschaffing WWIK	- sponsoring
* effecten van wijziging(en)	- donaties
* gevoel (emotie)	- vrienden van
* vergelijking(en) met het buitenland	- vrijwilligers
* aanbod versus vraag	- partners
* aanspreken op ondernemerschap (zelffinanciering)	- private fondsen
* artistieke ontwikkeling	- vraagfinanciering
* EU norm (bestedingen)	- cultureel beleggen
* miljoenennota	* rol van de overheid
* lobby	* relatie overheid en kunsten
* organisatiestructuur van culturele instellingen	* overig
* stemmen bij verkiezingen	

Tabel 4.2. Issues.

4.3.4 Toonzetting

Er zijn drie categorieën onderscheiden om de (wijziging van) culturele financiering te typeren per artikel: *positief*, *negatief* of *neutraal*. De auteurs van de artikelen gebruikten termen die positief zijn te typeren, zoals ‘goed’ en ‘kans’, en termen die negatief zijn te typeren, zoals ‘slecht’ en ‘bedreiging’. Bij een neutrale toonzetting is het artikel niet positief en niet negatief ten opzichte van de (veranderende) culturele financiering.

4.3.5 Actor(en)

Bij het politieke besluit (en de bekendmaking ervan) om wijzigingen door te voeren in de financiering van de kunst- en cultuursector zijn er diverse actoren belicht in de artikelen. De mate van aanwezigheid van een actor wordt daarbij ontleend aan het aantal quotes en parafraseringen. Het kon voorkomen dat er meerdere actoren in één artikel werden genoemd, de mate van aanwezigheid van de meest genoemde actor was dan doorslaggevend. Met inzichten in het discours, beschreven in hoofdstuk 2, leverde dit het volgende overzicht:

Actoren	Actoren
* (Mark) Rutte	* Raad voor Cultuur
* (Geert) Wilders	* Tafel van Zes
* (Halbe) Zijlstra	* G9
* (Marja) van Bijsterveldt	* Kunsten '92
* Andere Nederlandse politici	* Andere culturele professionele(n)
* Kabinet	* Andere individuen of groepen (overige)
* Ministerie van OCW	

Tabel 4.3. Actoren.

4.3.6 Frames

Semetko en Valkenburg (2000) hebben een instrument ontwikkeld om diverse frames in een artikel te kunnen aanduiden en categoriseren.

Dit instrument is in hoofdlijnen beschreven in hoofdstuk 3.2 en kent concretisering door een reeks vragen per frame.

Verantwoordelijkheidsframe

Volgens Semetko en Valkenburg (2000) legt dit frame de nadruk op de verantwoordelijkheid voor een bepaalde gebeurtenis of probleem en op wie de oplossing hiervoor kan aanbieden. Vragen die bij het verantwoordelijkheidsframe behoren zijn:

- suggereert het artikel dat (een onderdeel van) de overheid het probleem/onderwerp kan verzachten?
- suggereert het artikel dat (een onderdeel van) de overheid verantwoordelijk is voor het probleem/onderwerp?
- suggereert het artikel dat een individu, groep of instantie verantwoordelijk is voor het probleem/onderwerp?
- behandelt het artikel mogelijke oplossingen voor het probleem/onderwerp?
- veronderstelt het artikel dat het probleem/onderwerp dringend om actie vraagt?

Human-interestframe

Dit frame belicht de menselijke en/of emotionele kant van een gebeurtenis, issue of probleem. Hierbij wordt geprobeerd de interesse van de lezer vast te houden. Vragen die bij het human-interest frame behoren zijn:

- geeft het artikel een 'menselijk gezicht' aan het onderwerp?

- maakt het artikel gebruik van bijvoeglijke naamwoorden of persoonlijke kenschetsen die betrekking hebben op belediging, empathie, sympathie, of medelijden?
- legt het artikel de nadruk op hoe het probleem/onderwerp individuen of groepen raakt?
- duikt het artikel in het privéleven of de persoonlijke omstandigheden van de actoren?

Conflictframe

Dit frame geeft een conflict weer tussen individuen, groepen of instanties. Ook hierbij wordt de interesse van de lezer (langer) vastgehouden. Vragen die bij het conflictframe behoren zijn:

- geeft het artikel onenigheid/meningsverschil/conflict tussen individuen, groepen of instanties weer?
- maken individuen, groepen of instanties in het artikel elkaar verwijten?
- geeft het artikel meerdere kanten van eenzelfde onenigheid/meningsverschil/conflict weer?
- spreekt het artikel over winnaars en verliezers?

Moraliteitsframe

Dit frame plaatst een gebeurtenis of probleem in de context van religieuze normen en morele voorschriften. Vragen die bij het moraliteitsframe behoren zijn:

- bevat het artikel sociale voorschriften over gewenst gedrag?
- bevat het artikel een morele boodschap (presentatie van goed en slecht)?
- refereert het artikel aan moraliteit, God, of andere religieuze leiders en concepten/grondstellingen?

Economisch gevolgenframe

Dit frame geeft de economische gevolgen weer van een gebeurtenis of probleem op individuen, groepen of instanties. Vragen die bij het moraliteitsframe behoren zijn:

- refereert het artikel aan financiële winst of verlies, recent of in de toekomst?
- worden kosten en investeringen (energie) behandeld in het artikel?
- bevat het artikel de economische gevolgen van het wel of niet vervolgen van de handelswijze?

Beeldmateriaal

Beeldmateriaal kan ook sturing geven aan tekst door de visuele aanvulling. Wanneer bijvoorbeeld één issue wordt onderzocht kan dit een typerende visuele sturing kennen. Aangezien dit onderzoek zich richt op een gehele branche, de kunst- en cultuursector van Nederland, bestaat er niet één specifiek beeld hiervoor. Tevens wordt de informatie in de artikelen (tekstueel) ook vaak zonder fotomateriaal aan de lezers getoond. Door het missen van een specifiek beeld in het onderzoeksmateriaal en het veelal ontbreken van enig fotomateriaal in de berichtgeving wordt een visuele analyse niet toegepast in dit onderzoek.

4.4 Betrouwbaarheid

Om de artikelen, gebruikt in dit onderzoek, zo betrouwbaar mogelijk te analyseren zijn deze op willekeurige volgorde van datum, krant en zoekterm gecodeerd met behulp van het ontwikkelde codeboek. Zo wordt de kans op een ‘volgorde effect’, bij herhaaldelijk eenzelfde analyse in eenzelfde periode te doen, ondervangen. De analyse ‘randomiseren’ was geen optie, omdat er een doorlopende opbouw (structuur) in het codeboek zit waar niet van afgeweken kon worden.

Bij wetenschappelijk onderzoek bestaat de wens dat codering niet afhankelijk is van een individu (de onderzoeker). Elk individu zou (min of meer) dezelfde waarden moeten kunnen genereren uit hetzelfde onderzoeksmateriaal. Ten behoeve van de betrouwbaarheid zijn zeven artikelen van het totaal aantal artikel (219) door een tweede codeur gecodeerd. Elk artikel is afkomstig uit een ander landelijk dagblad en bevatten allen hetzelfde onderwerp beschreven in dezelfde tijdsperiode.

De (tweede) codeur is representatief binnen dit onderzoek doordat hij twee master studies heeft afgerond in de sociale wetenschappen aan de Universiteit Twente en bekend is met (kwantitatieve) datacodering en tekstuele analyse.

De onderzoeksvariabelen met algemene kenmerken van artikelen kenden geen verschil in codering. Wel ontstond eenmalig verschil in codering van de variabele ‘issue’ in het artikel, door de tweede codeur geïnterpreteerd als ‘emotioneel’, terwijl het ‘de financiële verandering’ beschreef. Minder betrokkenheid bij het onderwerp gaf volgens de codeurs het verschil in codering.

Ook ontstond eenmalig verschil in codering bij de variabele ‘actor’ in het artikel, door de tweede codeur geïnterpreteerd als ‘Halbe Zijlstra’. Terwijl deze actor vooral als

aanleiding van het probleem werd beschreven en de meest aanwezige actor in het artikel een cultureel professioneel was.

Overige verschillen ontstonden in drie vragen behorende bij frames. Zoals bij een onderdeel van het verantwoordelijkheidsframe, waarbij eenmalig door de tweede codeur de vraag om directe *actie* van het probleem/onderwerp werd geïnterpreteerd als ‘nee’. In overleg en bij nadere analyse bleek dat dit te letterlijk geïnterpreteerd werd en dat de publicatie zelf juist al een hulpvraag om actie was. Een tweede verschil in interpretatie trad op bij een onderdeel van het conflictframe, bij de vraag of er sprake is van *winnaars of verliezers* in het artikel. De tweede codeur interpreteerde dit als ‘nee’, terwijl in overleg en bij nadere analyse bleek dat dit niet letterlijk genoemd hoeft te worden. Een derde verschil in interpretatie trad op bij een onderdeel van het economisch gevolgenframe; bij de vraag of het artikel de economische gevolgen van het wel of niet vervolgen van de handelswijze bevat. De tweede codeur interpreteerde dit als ‘nee’ en wees daarbij op de sociale gevolgen in plaats van economische. In overleg en bij nadere analyse bleek dat het artikel wel degelijk de economische gevolgen omschreef met een uitstap naar een sociale context. Bij alle drie de vragen gaf de tweede codeur aan dat hij bij een volgende analyse wel dezelfde analyse zou hebben. Deze drie vragen vereisten dan ook continu controle bij codering. Met de extra uitvoer van deze controle kon worden geconcludeerd dat het codeboek voldoende betrouwbaar is. Reproductie van dit onderzoek gebeurt wel bij voorkeur na het lezen van de inzichten en achtergrondinformatie die dit onderzoek biedt voor eenzelfde interpretatie van de artikelen.

Ook de betrouwbaarheid van de opzet van het codeboek is van belang voor een juiste representatie. Voordat er daadwerkelijk begonnen kon worden met de data analyse in het softwareprogramma SPSS is de opzet van alle variabelen gecontroleerd op eventuele codeerfouten. Zo bleek dat de waarden van de variabele ‘toonsetting’ in de eerste opzet een verloop kende van (1) positief, (2) negatief en (3) neutraal. Hierdoor is bijvoorbeeld een gemiddelde score niet weer te geven en is de variabele aangepast naar (1) positief, (2) neutraal en (3) negatief.

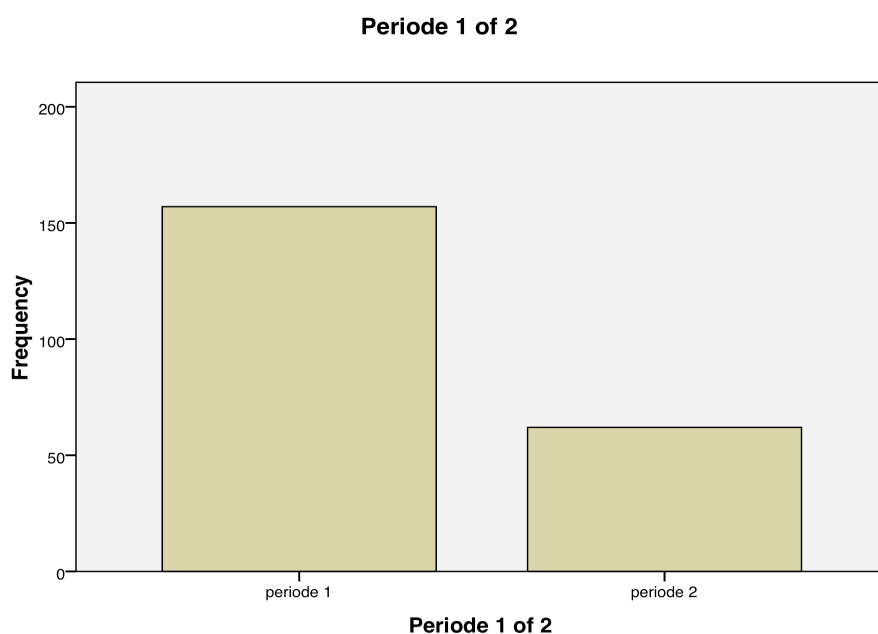
In het volgende hoofdstuk staan de uitkomsten van de data analyse centraal. De uitkomsten zullen worden gepresenteerd en weergegeven in tabellen en grafieken en vervolgens worden besproken.

5. Resultaten

Dit hoofdstuk behandelt de resultaten van de inhoudsanalyse. Tot paragraaf 5.2 is dit een initiële beschrijving, oftewel de data in dit onderzoek in percentages beschreven. Hierdoor zijn trends zichtbaar, harde conclusies kunnen niet uit deze percentages worden getrokken. Paragraaf 5.2 kent een statistische rapportage.

5.1 Beschrijving van de geanalyseerde artikelen

In totaal zijn er 219 artikelen geanalyseerd die inhoudelijk berichten over de (veranderende) culturele financiering in Nederland. Uit de analyse valt op dat periode 1 (30 september 2010 tot 01 januari 2011) 157 artikelen bevat (71,7%) uit de zeven landelijke geselecteerde dagbladen in vergelijking tot 62 artikelen (28,3%) in periode 2 (01 januari 2011 tot 01 april 2011). Grafisch is dit in grafiek 5.1 weergegeven:



Grafiek 5.1. Periode 1 of 2.

Tabel 5.1 toont vervolgens dat bij alle zeven dagbladen een vermindering in het aantal berichten in periode 2 zichtbaar is:

Naam van de krant	Periode 1	Periode 2	Aantal totaal	Percentage (%)
Algemeen Dagblad	8	5	13	5,9
de Telegraaf	9	3	12	5,5
NRC Handelsblad	49	29	78	35,6
NRC.Next	13	4	17	7,8
de Volkskrant	40	13	53	24,2
Trouw	25	5	30	13,7
het Financieele Dagblad	13	3	16	7,3
Totaal	157	62	219	100

Tabel 5.1. Periode 1 of 2 & naam van de krant.

Het grootste aantal artikelen is afkomstig van het NRC Handelsblad met 35,6% van de 219 artikelen. Samen met de Volkskrant (24,2%) berichten NRC Handelsblad voor meer dan de helft (59,8%) van de geselecteerde artikelen over de (veranderende) culturele financiering in Nederland. De ‘populaire’ kranten Algemeen Dagblad en Telegraaf berichten gezamenlijk voor 11,4% over dit onderwerp, in verhouding tot 88,6% door de ‘kwaliteits’ kranten.

Tabel 5.2 geeft de verdeling van het totaal aan artikelen naar *type bron* weer, waarbij de grootste groep schrijvers (49,8%) journalisten zijn. Samen met de groep redactie (42,9%) is de berichtgeving voor 92,7% (van de 219 artikelen) door deze twee bronnen afkomstig. De groep culturele professionele(n) is met 7,3% in verhouding een kleine groep berichtgevers.

Type bron	Aantal totaal	Percentage (%)
Journalist(en)	109	49,8
Redactie	94	42,9
Professionele(n)	16	7,3
Totaal	219	100

Tabel 5.2. Type bron.

Tabel 5.3 geeft inzicht in het type bron per krant. Dit levert onder andere het inzicht op dat NRC Handelsblad het vaakst via journalisten (37,6%) en redactie (36,2%) bericht. Tevens valt op dat zowel Algemeen Dagblad als de Telegraaf – de ‘populaire’ landelijke dagbladen – nooit via een cultureel professionele bericht.

Naam van de krant	Journalist(en)	Redactie	Professionele(n)	Totaal
Algemeen Dagblad	3	10	0	13
de Telegraaf	0	12	0	12
NRC Handelsblad	41	34	3	78
NRC.Next	7	9	1	17
de Volkskrant	38	9	6	53
Trouw	16	10	4	30
het Financieele Dagblad	4	10	2	16
Totaal	109	94	16	219

Tabel 5.3. Type bron & naam van de krant.

Tabel 5.4 geeft inzicht in de plaatsing van het artikel per krant. Inzicht in de plaatsing van berichten over de (veranderende) culturele financiering in Nederland in de zeven geselecteerde landelijke dagbladen levert op dat 7,8% van alle geselecteerde artikelen wordt geplaatst op de voorpagina. Tevens valt op dat zowel de Telegraaf als het Financieele Dagblad binnen dit onderzoek nooit dergelijke berichten publiceert op de voorpagina.

Naam van de krant	Voorpagina	Overige pagina	Totaal
Algemeen Dagblad	1	12	13
de Telegraaf	0	12	12
NRC Handelsblad	7	71	78
NRC.Next	2	15	17
de Volkskrant	4	49	53
Trouw	3	27	30
het Financieele Dagblad	0	16	16
Totaal	17	202	219

Tabel 5.4. Plek in het landelijk dagblad & naam van de krant.

5.1.1 Soort artikel

Inzichten over het soort artikel, door Kussendrager en van der Lugt (2002) onderscheiden, staan centraal in deze paragraaf. Tabel 5.5 levert hiervoor onder andere het inzicht dat het nieuwsbericht (met 25,6%) het vaakst voorkomt. In 10% van de artikelen is de categorie ‘overige’ aangewezen, dit zijn opinies en columns van cultureel professionele(n) en journalisten. In geen van de gevallen (0%) is er middels reportage bericht.

Genre van het artikel	Aantal totaal	Percentage (%)
nieuwsbericht	56	25,6
nieuwsverhaal	44	20,1
verslag	10	4,6
interview	30	13,7
achtergrondverhaal	45	20,5
profiel/schets	12	5,5
overige	22	10,0
Totaal	219	100

Tabel 5.5. Genre van het artikel.

Tabel 5.6 levert onder andere het inzicht op dat Algemeen Dagblad dit onderwerp voor 53,6% middels een nieuwsbericht belicht en de Telegraaf voor 33,3% middels een nieuwsbericht. Tabel 5.6 toont ook dat Algemeen Dagblad geen gebruik heeft gemaakt in deze tijdsperiode voor berichtgeving van dit onderwerp middels een interview, profiel/schets of column/opinie en nauwelijks via een verslag (7,7%). Ook de Telegraaf geeft geen belichting via een column/opinie van een culturele professionele of journalist en nauwelijks via een verslag (8,3%) of profiel/schets (8,3%). Een analyse van de 'kwaliteits' kranten levert op dat ook daarin nauwelijks berichtgeving via een verslag of interview plaats heeft gevonden en dat ook berichtgeving middels een profiel/schets nauwelijks wordt toegepast.

	Naam van de krant							Totaal
	Algemeen Dagblad	de Telegraaf	NRC Handelsblad	NRC.Next	de Volkskrant	Trouw	het Financieele Dagblad	
Genre van het artikel								
nieuwsbericht	7	4	25	3	8	6	3	56
nieuwsverhaal	3	2	16	4	8	8	3	44
verslag	1	1	2	0	4	1	1	10
interview	0	2	7	0	12	5	4	30
achtergrondverhaal	2	2	16	4	13	7	1	45
profiel/schets	0	1	5	1	2	1	2	12
overige	0	0	7	5	6	2	2	22
Totaal	13	12	78	17	53	30	16	219

Tabel 5.6. Genre van het artikel & naam van de krant.

Het totaal aantal *woorden* in deze sample is 150.815, waarbij het *gemiddelde aantal woorden* (afgerond) 689 is.

Tabel 5.7 toont of de gedefinieerde zoekterm wel of niet voorkomt in de *titel* van de artikelen. De meerderheid van de artikelen (59,8%) heeft geen zoekterm in de titel

aanwezig. Onder andere is zichtbaar dat de term ‘bezuinigen’ voor 11% voorkomt in de titels van de 219 artikelen en de term ‘cultuur’ voor 15,1%.

		Naam van de krant							Totaal
		Algemeen Dagblad	de Telegraaf	NRC Handelsblad	NRC. Next	de Volkskrant	Trouw	het Financieele Dagblad	
1 (of meerdere)	ja, specifiek 'cultuur'	3	2	11	3	7	3	4	33
zoekterm in de titel	ja, specifiek 'bezuinigen'	1	1	11	1	6	3	1	24
	ja, specifiek 'schreeuw'	0	0	1	1	4	0	0	6
	ja, specifiek 'financiering'	0	0	1	0	0	0	0	1
	ja, meerdere termen	1	2	6	4	6	5	0	24
	nee	8	7	48	8	30	19	11	131
Totaal		13	12	78	17	53	30	16	219

Tabel 5.7. Eén (of meerdere) zoekterm in de titel & naam van de krant.

Tabel 5.8 toont het *aandeel* inhoudelijke focus op de (veranderende) culturele financiering in de artikelen. Het grootste gedeelte (72,1%) van de artikelen heeft een grote inhoudelijke focus op de (veranderende) culturele financiering in Nederland. 14,6% heeft een kleine inhoudelijke focus op de (veranderende) culturele financiering in Nederland in de artikelen en 13,2% heeft een middelmatige focus. Statistiek toont dan ook dat het *gemiddelde aandeel* van alle 219 artikelen ligt op 2,58: van middelgrote focus met overhand neigende naar een grote inhoudelijke focus op de (veranderende) culturele financiering in Nederland.

Tabel 5.8 levert tevens het inzicht op dat Algemeen Dagblad en de Telegraaf, de ‘populaire’ dagbladen, vrijwel één focus kennen. Namelijk die van een grote inhoudelijke focus op de (veranderende) culturele financiering, voor respectievelijk 92,3% en 83,3% van het aantal artikelen binnen dit onderzoek. Bij de ‘kwaliteitskranten is de grote focus in verhouding minder aanwezig en is de kleine en middelgrote focus in verhouding meer aanwezig.

	Naam van de krant								Totaal
	Algemeen Dagblad	de Telegraaf	NRC Handelsblad	NRC. Next	de Volkskrant	Trouw	het Financieele Dagblad		
Focus op de klein (<1/3e)	1	2	10	2	10	5	2	32	
(veranderende) middel (1/3e - 2/3e)	0	0	10	3	4	7	5	29	
culturele financiering groot (>2/3e)	12	10	58	12	39	18	9	158	
Totaal	13	12	78	17	53	30	16	219	

Tabel 5.8. Focus op de (veranderende) culturele financiering & naam van de krant.

5.1.2 Culturele sectoren

Inhoudelijke focus in de artikelen op een sector aangeduid door de Raad voor Cultuur leverde waardevolle resultaten.

Tabel 5.9 toont dat in de artikelen geen enkele keer de sector ‘amateurkunst’, ‘archieven’, ‘architectuur’, ‘stedenbouw’, ‘monumenten’, ‘archeologie’, ‘landschapsarchitectuur’, ‘vormgeving’, ‘cultuurbezit’ of ‘eCultuur’ gecodeerd is als inhoudelijke focus. In twee artikelen (0,9%) is de noemer ‘overige’ gecodeerd doordat deze artikelen inhoudelijk overwegend gingen over milieuproblematiek. Waarbij vergelijk met de cultuursector (en haar bezuinigingen) zijdelings in de twee artikelen werd besproken. ‘Cultuur’ als verzamelnaam wordt het vaakst (58,9%) gebruikt in de 219 artikelen. Opvallend is dat de sector ‘podiumkunsten’ met 21,5% de meest aanwezige sector is in de berichtgeving.

Tabel 5.9 toont vervolgens dat de populaire kranten Algemeen Dagblad en de Telegraaf vaak over specifiek de sector ‘podiumkunsten’ berichten (respectievelijk 30,8% en 33,3%). Algemeen Dagblad is de enige krant die over specifiek de sector ‘letteren’ heeft bericht voor 7,7%. Ook een ‘kwaliteits’ krant als het NRC Handelsblad bericht vaak (23,1%) over specifiek de sector podiumkunsten en belicht tevens de sector ‘media’ voor 9% en de sector ‘musea’ voor 6,4%. Het is de enige krant die over specifiek de sector ‘film’ heeft bericht voor 1,3%. NRC.Next is de enige krant die over specifiek de sector ‘beeldende kunst’ heeft bericht voor 5,9%. Ook de Volkskrant, Trouw en het Financieele Dagblad berichten vaak over de specifieke sector ‘podiumkunsten’. Trouw is de enige krant die specifiek over de (niet gedefinieerde) sector ‘milieu’ bericht, voor 6,7% in de categorie ‘overige’.

	Naam van de krant							Totaal	
	Algemeen Dagblad	de Telegraaf	NRC Handelsblad	NRC. Next	de Volkskrant	Trouw	het Financieele Dagblad		
Sector(en), aangeduid door de Raad voor Cultuur	cultuureducatie	0	0	2	1	1	1	1	6
	beeldende kunst	0	0	0	1	0	0	0	1
	bibliotheken	1	0	1	0	2	1	0	5
	letteren	1	0	0	0	0	0	0	1
	film	0	0	1	0	0	0	0	1
	media	0	2	7	0	3	4	0	16
	musea	0	2	5	0	1	2	1	11
	podiumkunsten	4	4	18	2	7	7	5	47
	cultuur als verzamelnaam	7	4	44	13	39	13	9	129
	overige	0	0	0	0	0	2	0	2
Totaal		13	12	78	17	53	30	16	219

Tabel 5.9. Sector(en), aangeduid door de Raad voor Cultuur & naam van de krant.

5.1.3 Issues

De gecodeerde, vooraf gedefinieerde, issues leverden waardevolle resultaten. Tabel 5.10 toont allereerst dat in de artikelen geen enkele keer het issue ‘crowdfunding’, ‘prijzen’, ‘donaties’, ‘vrijwilligers’, ‘partners’, ‘private fondsen’, ‘vraagfinanciering’, ‘cultureel beleggen’, ‘EU norm bestedingen’, ‘miljoenennota’, ‘lobby’ of ‘overige’ als belangrijkste issue is gecodeerd.

Het vaakst gecodeerd als belangrijkste issue in de artikelen is ‘wijziging van de financiële bijdrage(n)’, voor 35,6%. Ook is vaak (15,5%) als belangrijkste issue ‘de effecten van de (aangekondigde) wijziging(en)’ gecodeerd en het issue ‘protest’ voor 11,4%. Gezamenlijk (cumulatief) zijn deze drie issues voor 62,5% de belangrijkste issues in de artikelen.

Tabel 5.10 toont tevens dat Algemeen Dagblad vaak, voor 23,1%, bericht over het issue ‘wijziging van BTW’ en ‘wijziging van financiële bijdrage(n)’. Het vaakst (30,8%) bericht Algemeen Dagblad over de ‘effecten van de wijziging(en)’.

De Telegraaf bericht vaak over het issue ‘protest’, voor 25%, en net als Algemeen Dagblad vaak over de ‘wijziging van financiële bijdrage(n)’, voor 33,3% en over ‘effecten’ van de wijziging(en)’, voor 16,7%. NRC Handelsblad bericht als een van de weinige landelijke dagbladen (drie in totaal) over het issue ‘wijziging WWIK’ voor 1,3% van de artikelen, over het issue ‘sponsoring’ voor 2,6% en over het issue ‘stemmen bij verkiezingen’ voor 2,6%. Als enige landelijke dagblad bericht het over

het issue 'vrienden van' voor 1,3% en over het issue 'organisatiestructuur culturele instellingen', voor 3,8% van de 78 artikelen. Vaak bericht de krant over het issue 'effecten van wijziging(en)' voor 12,8% en het vaakst bericht de krant over het issue 'wijziging van financiële bijdrage(n)', voor 38,5% van de 78 artikelen. NRC.Next bericht als een van de weinige landelijke dagbladen (drie in totaal) over het issue 'wijziging WWIK' voor 5,8% van de 17 artikelen. Het vaakst bericht NRC.Next over het issue 'wijziging van financiële bijdrage(n)' voor 47,1%. De Volkskrant bericht als een van de weinige landelijke dagbladen (drie in totaal) over het issue 'wijziging WWIK' voor 1,9% van de artikelen, over het issue 'sponsoring' voor 1,9% en over het issue 'stemmen bij verkiezingen' voor 1,9% van de 53 artikelen. Het vaakst bericht de Volkskrant over het issue 'wijziging van financiële bijdrage(n)' voor 43,4%. Trouw bericht als enige landelijke dagblad over het issue 'wijziging cultuurkaart jongeren' voor 3,3% van de 30 artikelen. Het vaakst bericht Trouw over het issue 'effecten van wijziging(en)' voor 33,3%. Het Financieele Dagblad bericht als enige landelijke dagblad over het issue 'geefwet' voor 6,3% van de 16 artikelen. Het vaakst bericht het Financieele Dagblad over het issue 'wijziging van financiële bijdrage(n)' voor 43,8%.

		Naam van de krant							Totaal
		Algemeen Dagblad	de Telegraaf	NRC Handelsblad	NRC. Next	de Volkskrant	Trouw	het Financieele Dagblad	
Issues	protest	1	3	6	3	7	5	0	25
	wijziging van BTW	3	0	3	0	3	1	1	11
	wijziging van financiële bijdrage(n)	3	4	30	8	23	3	7	78
	wijziging cultuurkaart jongeren	0	0	0	0	0	1	0	1
	wijziging WWIK	0	0	1	1	1	0	0	3
	effecten van wijziging(en) algemeen	4	2	10	2	3	10	3	34
	gevoel/emotie	1	1	5	1	5	0	1	14
	vergelijking(en) met het buitenland	0	0	1	0	1	3	1	6
	aanbod versus vraag	0	0	4	1	1	3	0	9
	zelffinanciering	1	0	2	0	0	1	1	5
	geefwet	0	0	0	0	0	0	1	1
	mecenaat	0	0	2	1	3	0	0	6
	sponsoring	0	0	2	0	1	0	0	3
	vrienden van	0	0	1	0	0	0	0	1
	rol van de overheid	0	1	3	0	3	1	0	8
	relatie overheid en kunsten	0	1	1	0	1	1	0	4
	artistieke ontwikkeling	0	0	2	0	0	1	1	4
	organisatiestructuur culturele instellingen	0	0	3	0	0	0	0	3
	stemmen bij verkiezingen	0	0	2	0	1	0	0	3
Totaal		13	12	78	17	53	30	16	219

Tabel 5.10. Issues & naam van de krant.

5.1.4 Toonzetting

De bewoording in de berichtgeving over de (veranderende) culturele financiering in Nederland leverde waardevolle resultaten.

De toonzetting in de artikelen is vaak neutraal (37%) en het vaakst negatief (48,4%).

Een positieve toonzetting komt in 14,6% van de artikelen voor. Statistiek toont dat het gemiddelde van alle 219 artikelen ligt op 2,34: van neutrale toonzetting neigende naar negatieve toonzetting over de (veranderende) culturele financiering in Nederland.

Tabel 5.11 toont onder andere dat Algemeen Dagblad vaak een positieve (23,1%) en neutrale (23,1%) toonzetting heeft en het vaakst een negatieve (53,9%) toonzetting in haar 13 artikelen. De Telegraaf heeft nooit een positieve toonzetting in haar 12

artikelen, vaak (16,7%) een neutrale en het vaakst een negatieve (83,3%) toonzetting. NRC Handelsblad heeft in 14,1% een positieve toonzetting, in 37,2% een neutrale toonzetting en in 48,7% een negatieve toonzetting in haar 78 artikelen. NRC.Next heeft in 11,8% een positieve toonzetting, in 47,1% een neutrale toonzetting en in 41,2% een negatieve toonzetting in haar 17 artikelen. De Volkskrant heeft in 18,9% een positieve toonzetting, in 37,7% een neutrale toonzetting en in 43,4% een positieve toonzetting in haar 53 artikelen. Trouw heeft in 10% een positieve toonzetting, in 36,7% een neutrale toonzetting en in 53,3% een negatieve toonzetting in haar 30 artikelen. Het Financieele Dagblad heeft in 18,8% een positieve toonzetting, in 50% een neutrale toonzetting en in 31,2% een negatieve toonzetting in haar 16 artikelen.

		Toonzetting			Totaal
		positief	neutraal	negatief	
Naam	Algemeen Dagblad	3	3	7	13
van de	de Telegraaf	0	2	10	12
krant	NRC Handelsblad	11	29	38	78
	NRC.Next	2	8	7	17
	de Volkskrant	10	20	23	53
	Trouw	3	11	16	30
	het Financieele Dagblad	3	8	5	16
Totaal		32	81	106	219

Tabel 5.11. Toonzetting & naam van de krant.

5.1.5 Actor(en)

De belichting van de meest genoemde/aanwezige actor(en) via quotes en parafrasering leverde waardevolle resultaten.

Vaak werd Halbe Zijlstra (12,3%) als actor genoemd of beschreven en ook het kabinet (8,7%) en andere Nederlandse politici (5,5%) werden vaak als actor(en) genoemd of beschreven. In 7,8% van de artikelen is de categorie ‘overige’ gecodeerd: dit zijn individuen of groepen die niet vooraf gedefinieerd zijn en wel in het culturele werkveld actief zijn, echter niet als professionele(n). In 6,8% van de artikelen was er geen sprake van belichting van enige actor. Het vaakst werden ‘andere culturele professionele(n)’ als actor(en) belicht, voor 43,8% van de artikelen.

Tabel 5.12 toont dat bij uitsplitsing naar de 7 landelijke dagbladen alle kranten de actor ‘andere culturele professionele(n)’ het meest belicht in hun artikelen.

		Naam van de krant						het Financieele Dagblad	Totaal
		Algemeen Dagblad	de Telegraaf	NRC Handelsblad	NRC. Next	de Volkskrant	Trouw		
Actor(en)	(Mark) Rutte	0	0	1	0	3	2	0	6
	(Geert) Wilders	0	1	1	0	3	2	0	7
	(Halbe) Zijlstra	3	1	13	1	6	1	2	27
	(Marja) van Bijsterveldt	0	0	2	0	1	0	0	3
	andere Nederlandse politicus/politici	0	1	6	0	4	1	0	12
	Ministerie van OCW	1	0	1	0	1	0	0	3
	Raad voor Cultuur	0	0	2	0	1	0	0	3
	Tafel van Zes	1	0	2	1	4	0	0	8
	G9	0	1	1	0	0	0	0	2
	Kunsten '92	0	0	0	0	1	0	0	1
	andere culturele professionele(n)	6	4	36	10	17	15	8	96
	kabinet	2	1	8	1	2	2	3	19
	overige (individuen of groepen)	0	3	3	2	6	2	1	17
	geen actor(en)	0	0	2	2	4	5	2	15
Totaal		13	12	78	17	53	30	16	219

Tabel 5.12. Actor(en) & naam van de krant.

5.2 Analyse van de frames

De mogelijkheid op (vooraf gedefinieerde) frames in de berichtgeving leverde met behulp van analyse waardevolle resultaten.

In paragraaf 4.3.6 zijn er vijf frames opgesteld, respectievelijk het verantwoordelijkheidsframe, het human-interestframe, het conflictframe, het moraliteitsframe en het economisch-gevolgenframe. Aan de hand van 19 vragen is er gekeken welke frames (door middel van een factoranalyse) mogelijk naar voren kwamen. Allereerst is daarvoor gekeken naar de beantwoording van de 19 afzonderlijke vragen op ja (1) en nee (2). Elke vraag moet hierbij minimaal één keer met een 'ja' of 'nee' zijn beantwoord. Dit is binnen dit onderzoek het geval, alle vragen zijn meegenomen in de analyse van mogelijke frames.

5.2.1 Reliability

Semetko en Valkenburg (2000) stelt dat meerdere vragen één specifiek frame meten. Zo kent bijvoorbeeld het verantwoordelijkheidsframe vijf vragen die allen tot één framedimensie behoren. Een enkele vraag zegt dus nog niets over de mogelijkheid tot een frame in een artikel. De samenhang van de vragen tot één frame en de

betrouwbaarheid hiervan binnen dit onderzoek heeft via een *reliability analyses* de volgende resultaten opgeleverd:

- Het verantwoordelijkheidsframe, bestaande uit vijf vragen, gaf in de analyse een waarde aan van $\alpha = 0,60$. Dit is de waarde van Cronbach's alfa, een maat die aangeeft of bij herhaling van de vragenlijst hetzelfde resultaat opgeleverd zal worden. Als vuistregel geldt dat een betrouwbare schaal een schaal is met een waarde $\alpha = >0,70$, het verantwoordelijkheidsframe voldeed hier dus niet aan.

Een criterium dat in dit onderzoek wordt gehanteerd, is dat een frame tenminste drie componenten moet bevatten om als een zinnig frame binnen de factor analyse beschouwd te kunnen worden. Eén tot 2 vragen zouden dus verwijderd mogen worden, indien de reliability te laag is, om het verantwoordelijkheidsframe wel met een betrouwbare schaal te hanteren. Statistiek toonde echter dat dit de betrouwbaarheid niet verhoogt (zie bijlage). Op basis van de betrouwbaarheid kon het verantwoordelijkheidsframe dan ook niet worden gemeten binnen dit onderzoek. Er is geen tendens of patroon te ontdekken waardoor de samenhang ontbreekt.

- Het human-interestframe gaf een waarde van $\alpha = 0,58$ en met het verwijderen van één component (vraag) kende het een waarde van $\alpha = 0,63$. Op basis van deze middelmatige reliability (zie bijlage) kon ook het human-interestframe niet worden gemeten binnen dit onderzoek.

- Het conflictframe gaf een waarde van $\alpha = 0,66$ en met het verwijderen van één component (vraag) kende het een waarde van $\alpha = 0,69$. Een zwakke betrouwbaarheid in samenhang (zie bijlage), gezien de ondergrens van $\alpha = 0,70$ niet precies is behaald. Echter voldoende om wel het conflictframe te gebruiken. De vraag 'het artikel spreekt over winnaars en verliezers' werd niet meegenomen in dit onderzoek.

- Het moraliteitsframe kent slechts drie componenten (vragen) en hierdoor geen mogelijkheid om de betrouwbaarheid te vergoten van de samenhang door één component (vraag) niet te gebruiken in dit onderzoek. Doordat de waarde $\alpha = 0,80$ was, was dit niet nodig en werd het moraliteitsframe bestaande uit drie componenten gebruikt in dit onderzoek.

- Het economisch-gevolgenframe kent ook slecht drie componenten (vragen) en ook hierbij was de waarde van Cronbach's alfa meer dan voldoende met $\alpha = 0,79$ om het economisch-gevolgenframe te gebruiken in dit onderzoek.

Het Kaiser-criterium kent meer eisen aan de framedimensies toe die in dit onderzoek worden toegepast op de frames om de onderlinge samenhang binnen één frame te

meten en te bepalen. Uit de factoranalyse moet blijken dat alle componenten een eigenwaarde hebben van (minstens) één. Daarnaast moet elk component een samenhangende waarde binnenin de factor hebben van 0,40 of hoger. Principal component analyse toont dit als 'initial' en 'extraction' in 'communalities'. Dit is voor alle 19 vragen berekend en alle 19 vragen voldoen hieraan.

De laatste eis voor factoranalyse is dat alle 19 vragen slechts op één component (hoog) laden, dit is de dominante component. Andere componenten zijn een versplintering van de onderlinge samenhang. De geroteerde-component matrix met varimax-rotatie toont dit in de principale componenten analyse en geeft de volgende resultaten:

- Het verantwoordelijkheidsframe toonde met de geroteerde-component matrix (zie bijlage) aan dat binnen dit onderzoek de eerste twee vragen samenhang kennen en het een (iets zwakkere) samenhang kent met de vijfde vraag. De overige twee vragen kennen geen samenhang met de drie vragen in de factoranalyse. Omdat deze twee vragen samen zo sterk laden op het tweede component werd eerder ook niet duidelijk met Cronbach's alfa dat als één vraag niet meegenomen zou worden dat dit de (waarde van) samenhang zou verhogen. Op basis van validiteit (door middel van factor analyse) kan dus worden gesteld dat drie elementen (vragen) van de vijf samenhang kennen. Eerder op basis van reliability nog niet, maar wel via exploratief onderzoek. De specifieke vragen binnen het framework laten ook tekstueel samenhang en tegenstrijdigheden zien. De vraag of het artikel 'mogelijke oplossingen voor het probleem/onderwerp behandelt' hoeft namelijk geen verband te kennen met de vraag of het artikel suggereert dat de 'verantwoordelijkheid' bij iemand ligt. De vervolgvraag, of het artikel de verantwoordelijkheid suggereert in de handen van een 'individu of groep' of juist bij de 'overheid' hoeft ook geen verband te kennen. De twee elementen (vragen) die analyseren of er 'mogelijke oplossingen' worden aangedragen in het artikel en suggereren dat een 'individu of groep' verantwoordelijk is, zijn dan ook verwijderd uit het framework dat het verantwoordelijkheidsframe meet. De reliability van deze drie elementen, samen het verantwoordelijkheidsframe, kent nu een waarde van $\alpha = 0,70$ en is dus voldoende betrouwbaar.

- Het human-interestframe toonde met de geroteerde-component matrix (zie bijlage) aan dat de eerste en het laatste element samenhang kent en de overige twee elementen geen samenhang kennen met het eerste en laatste element. Dit geeft weer dat er een versplintering is van samenhang naar twee componenten binnen één dimensie

(frame). Op basis van reliability én onderbouwing via validiteit worden de resultaten van het human-interestframe niet meegenomen in dit onderzoek.

- Het conflictframe toonde met de geroteerde-component matrix (zie bijlage) dat het eerste, tweede en het derde element samenhang kent en het laatste element sterk laadt op een tweede dimensie (tweede component). Op basis van reliability en met onderbouwing via validiteit vormden de eerste drie elementen (vragen) samen het conflictframe en wordt het element dat ‘spreekt over winnaars en verliezers’ niet meegenomen in de analyse.

- Het moraliteitsframe toonde met de geroteerde-component matrix (zie bijlage) dat het eerste, tweede en het derde element een sterke samenhang kent, allen in één dimensie (component) aanwezig. Op basis van reliability en met onderbouwing via validiteit vormden de drie originele elementen (vragen) samen het moraliteitsframe.

- Het economisch-gevolgenframe toonde met de geroteerde-component matrix (zie bijlage) dat het eerste, tweede en het derde element een sterke samenhang kent, allen in 1 dimensie (component) aanwezig. Op basis van reliability en met onderbouwing via validiteit vormden de drie originele elementen (vragen) samen het economisch-gevolgenframe.

Doordat alle 19 vragen behorende bij de vijf (vooraf gedefinieerde) frames zijn beantwoord met een ja (1) of nee (2) zijn deze met elkaar vergelijkbaar. In alle 19 gevallen is ‘ja’ namelijk een positief antwoord en ‘nee’ een negatief antwoord. Het gemiddelde van ja en nee kon zo worden bepaald bij de vragen die behoren tot een specifiek frame. Alle vier behouden frames, allemaal bestaande uit drie elementen (vragen), zijn in 1 bundeling geanalyseerd op dit gemiddelde. Dit leverde per frame waardevolle resultaten op, beschreven in de volgende paragrafen. In deze paragrafen is gebruik gemaakt van een ANOVA variantie-toets, een toets die twee of meerdere gemiddelden vergelijkt op significante verschillen. De toets gaat uit van verschillen in standaarddeviaties, waarbij in grote samples de deviatie kleiner is en daarmee de verschillen groter moeten zijn om te boek te staan als significante verschillen.

5.2.2. Verantwoordelijkheidsframe

Het verantwoordelijkheidsframe kende drie elementen (vragen) die allen samenhang kenden om als geheel het (hernieuwde) frame te zijn. Het gemiddelde uit deze drie elementen was $M=1,1857$ ($SD=0,30793$), waarbij (1) ja is en (2) nee is. In de

artikelen is dus overwegend het verantwoordelijkheidsframe aanwezig, met focus op de verantwoording van de overheid en haar acties.

In de statistiek is een significant level van $\alpha = 0,05$ (of lager) kenmerkend voor een significant verschil. Doordat er geen directe tegenstelling werd getoetst in dit onderzoek, geen directe uitspraak mogelijk was over deze significantie, is ook het dubbele significante level ($\alpha = 0,10$ of lager) kenmerkend voor een significant verschil. Deze tweezijdige toetswaarde is dus de norm dus bij alle toetsen in dit onderzoek.

Uit een ANOVA tussen de artikelen komt een totale significantie van $p=0,79$ als resultaat oftewel geen significante verschillen in het geheel. Het valt dus op dat tussen geen één van de zeven landelijke dagbladen significante verschillen zijn. Alle artikelen in deze dataset hebben de tendens om het (overheid) verantwoordelijkheidsframe te bezitten, de ene krant in iets mindere mate dan de andere.

5.2.3. Conflictframe

Het conflictframe kende drie elementen (vragen) die allen samenhang kenden om als geheel het (hernieuwde) frame te zijn. Het gemiddelde uit deze drie elementen was $M=1,4977$ ($SD=0,37962$). In de artikelen is dus (vrijwel) volledig evenveel wel als geen conflictframe aanwezig.

Uit een ANOVA tussen de artikelen komt een totale significantie van $p=0,43$ als resultaat oftewel op sommige punten significante verschillen in het geheel.

Per krant valt op dat er een significant verschil is tussen NRC Handelsblad en het Financieele Dagblad $\alpha = 0,09$ en tussen Trouw en het Financieele Dagblad $\alpha = 0,02$. Om deze significante verschillen per krant aan te duiden zijn deze tegenover elkaar gezet. De gemiddelde aanwezigheid van het conflictframe in het NRC Handelsblad was $M=1,4915$ ($SD=0,40461$) en in het Financieele Dagblad $M=1,6667$ ($SD=0,34427$). Op basis van het aantal artikelen en de frequentie ja (1) en nee (2) kan worden gesteld dat over het geheel aan artikelen ($n=78$ bij het NRC Handelsblad en $n=16$ bij het Financieele Dagblad) dat het *volledige hernieuwde* conflictframe significant meer voorkomt bij NRC Handelsblad dan bij het Financieele Dagblad. De gemiddelde aanwezigheid van het conflictframe in Trouw was $M=1,4000$ ($SD=0,36515$) en in het Financieele Dagblad $M=1,6667$ ($SD=0,34427$). Op basis van het aantal artikelen en de frequentie ja (1) en nee (2) kan worden gesteld dat over het

geheel aan artikelen (n=30 bij Trouw en n=16 bij het Financieele Dagblad) dat het volledige conflictframe significant meer voorkomt bij Trouw dan bij het Financieele Dagblad.

5.2.4. Moraliteitsframe

Het moraliteitsframe kende drie elementen (vragen) die allen samenhang kennen om als geheel het frame te zijn. Het gemiddelde uit deze drie elementen was $M=1,7763$ ($SD=0,34411$). In de artikelen is dus overwegend het moraliteitsframe niet aanwezig. Uit een ANOVA tussen de artikelen komt een totale significantie van $p=0,24$ als resultaat oftewel op sommige punten significante verschillen in het geheel.

Per krant valt op dat er een significant verschil is tussen Algemeen Dagblad en de Telegraaf $\alpha = 0,09$, tussen Algemeen Dagblad en Trouw $\alpha = 0,09$, tussen NRC Handelsblad en de Telegraaf $\alpha = 0,07$ en tussen Trouw en NRC Handelsblad $\alpha = 0,04$. Om deze significante verschillen per krant aan te duiden zijn deze tegenover elkaar gezet.

De gemiddelde aanwezigheid van het moraliteitsframe in Algemeen Dagblad was $M=1,8718$ ($SD=0,25598$) en in de Telegraaf $M=1,6389$ ($SD=0,45965$). Op basis van het aantal artikelen en de frequentie ja (1) en nee (2) kan worden gesteld dat over het geheel aan artikelen (n=13 bij Algemeen Dagblad en n=12 bij de Telegraaf) dat het *volledige hernieuwde* moraliteitsframe significant meer voorkomt bij de Telegraaf dan bij Algemeen Dagblad.

De gemiddelde aanwezigheid van het moraliteitsframe in Algemeen Dagblad was $M=1,8718$ ($SD=0,25598$) en in Trouw $M=1,6778$ ($SD=0,37634$). Op basis van het aantal artikelen en de frequentie ja (1) en nee (2) kan worden gesteld dat over het geheel aan artikelen (n=13 bij Algemeen Dagblad en n=30 bij Trouw) dat het volledige moraliteitsframe significant meer voorkomt bij Trouw dan bij Algemeen Dagblad.

De gemiddelde aanwezigheid van het moraliteitsframe in NRC Handelsblad was $M=1,8333$ ($SD=0,31668$) en in de Telegraaf $M=1,6389$ ($SD=0,45965$). Op basis van het aantal artikelen en de frequentie ja (1) en nee (2) kan worden gesteld dat over het geheel aan artikelen (n=78 bij NRC Handelsblad en n=12 bij de Telegraaf) dat het volledige moraliteitsframe significant meer voorkomt bij de Telegraaf dan bij NRC Handelsblad.

De gemiddelde aanwezigheid van het moraliteitsframe in NRC Handelsblad was $M=1,8333$ ($SD=0,31668$) en in Trouw $M=1,6778$ ($SD=0,37634$). Op basis van het aantal artikelen en de frequentie ja (1) en nee (2) kan worden gesteld dat over het geheel aan artikelen ($n=78$ bij NRC Handelsblad en $n=30$ bij Trouw) dat het volledige moraliteitsframe significant meer voorkomt bij Trouw dan bij NRC Handelsblad.

5.6.5. Economisch-gevolgenframe

Het economisch-gevolgenframe kende drie elementen (vragen) die allen samenhang kennen om als geheel het frame te zijn. Het gemiddelde uit deze drie elementen was $M=1,4368$ ($SD=0,41067$). In de 219 artikelen is dus (iets) meer *wel* een economisch-gevolgenframe aanwezig dan niet.

Uit een ANOVA tussen de artikelen komt een totale significantie van $p=0,11$ als resultaat oftewel op sommige punten significante verschillen in het geheel.

Per krant valt op dat er een significant verschil was tussen Algemeen Dagblad en NRC Handelsblad $\alpha = 0,02$, tussen NRC Handelsblad en de Volkskrant $\alpha = 0,04$ en tussen NRC Handelsblad en Trouw $\alpha = 0,04$. Om deze significante verschillen per krant aan te duiden zijn deze tegenover elkaar gezet.

De gemiddelde aanwezigheid van het economisch gevolgenframe in het Algemeen Dagblad was $M=1,6154$ ($SD=0,40474$) en bij het NRC Handelsblad $M=1,3333$ ($SD=0,41264$). Op basis van het aantal artikelen en de frequentie ja (1) en nee (2) kan worden gesteld dat over het geheel aan artikelen ($n=13$ bij het Algemeen Dagblad en $n=78$ bij het NRC Handelsblad) dat het *volledige* economisch-gevolgenframe significant meer voorkomt bij NRC Handelsblad dan bij Algemeen Dagblad.

De gemiddelde aanwezigheid van het economisch gevolgenframe in het NRC Handelsblad was $M=1,3333$ ($SD=0,41264$) en in de Volkskrant $M=1,4843$ ($SD=0,38986$). Op basis van het aantal artikelen en de frequentie ja (1) en nee (2) kan worden gesteld dat over het geheel aan artikelen ($n=78$ bij het NRC Handelsblad en $n=53$ bij de Volkskrant) dat het volledige economisch-gevolgenframe significant meer voorkomt bij NRC Handelsblad dan bij de Volkskrant.

De gemiddelde aanwezigheid van het economisch gevolgenframe in het NRC Handelsblad was $M=1,3333$ ($SD=0,41264$) en in Trouw $M=1,5111$ ($SD=0,39859$). Op basis van het aantal artikelen en de frequentie ja (1) en nee (2) kan worden gesteld dat over het geheel aan artikelen ($n=78$ bij het NRC Handelsblad en $n=30$ bij Trouw)

dat het volledige economisch gevolgenframe significant meer voorkomt bij NRC Handelsblad dan bij Trouw.

6. Conclusies

Uit het verleden van het cultuurbeleid in Nederland kan worden geconcludeerd dat de vierjaarlijkse, continue terugkerende, systematiek van beleid en financiering van de cultuursector heeft gezorgd voor commotie en discussie (Twaalfhoven, 2005).

Deze commotie en discussie ging voornamelijk over vernieuwing van de sector, ten gunste van een onafhankelijker positie tegenover de overheid en haar financiële bijdrage. Vanaf september 2010, middenin de vierjaarlijkse periode van de Cultuurnota, was er echter een andere berichtgeving zichtbaar. Aanleiding hiervoor was de aankondiging van bezuinigingen in de gehele Miljoenennota van september 2010. Een nieuw onderwerp als discours, beschreven als het fenomeen ‘de schreeuw om cultuur’.

De berichtgeving hierover beschrijft diverse standpunten, vanuit zowel cultureel perspectief als maatschappelijk perspectief. Opvallende begrippen vanuit deze berichtgeving zijn bijvoorbeeld ‘kaalslag’ van de culturele sector en woorden als ‘linkse hobby’. Begrippen die de aanleiding vormen voor dit onderzoek, met wetenschappelijke nieuwsgierigheid naar de totstandkoming van deze waardeoordelen als vertrekpunt.

Dit leidde tot een kritische analyse van de berichtgeving in de geschreven landelijke Nederlandse media. Omdat de berichtgeving het gevolg is van een politiek besluit hebben deze media niet alleen een grote rol, maar dienen zij zich ook bewust te zijn van haar objectieve functie (Westerstahl, 1983). Dit heeft volgens Westerstahl te maken met de complexiteit en mindere toegankelijkheid van berichtgeving bij politieke besluiten. De media kent hierbij de mogelijkheid tot beeldvorming middels het fenomeen ‘framing’. Specifieke beelden, bewoordingen en invalshoeken kunnen zo beïnvloeden en sturen, door bijvoorbeeld feiten wel of niet te benadrukken (Gamson, 1992). Deze mogelijkheid tot beïnvloeding en sturing leidde tot de hoofdvraag van dit onderzoek:

“Hoe is de berichtgeving over de aangekondigde wijziging van culturele financiering in Nederland in de maanden september 2010 tot en met maart 2011 geframed in de landelijke geschreven media?”

In dit hoofdstuk wordt een antwoord geformuleerd op deze onderzoeksvraag die uiteen valt in twee deelvragen, namelijk:

- 1) welke (dominante) frames (en patronen) zijn er in de berichtgeving over de (politiek) aangekondigde wijziging van culturele financiering te onderscheiden?
- 2) in hoeverre is er verschil in berichtgeving per landelijk geschreven medium?

De hierboven genoemde deelvragen zullen apart worden beantwoord in respectievelijk paragraaf 6.1 en 6.2. Daarbij wordt gebruik gemaakt van de relevante resultaten uit de onderzoeksvariabelen, namelijk: het aantal artikelen, het soort artikel, het aandeel met focus op de culturele financiering, de sectoren door de Raad voor Cultuur aangeduid, de issues, de toonzetting, de actoren die belicht worden in de artikelen en de gebruikte frames. In paragraaf 6.3 wordt de onderzoeksvraag beantwoord en in paragraaf 6.4 wordt kritisch teruggekeken op het onderzoek en worden voorstellen gedaan voor vervolgonderzoek.

6.1 Frames en patronen

De deelvraag die in deze paragraaf wordt behandeld is: *“welke (dominante) frames (en patronen) zijn er in de berichtgeving over de (politiek) aangekondigde wijziging van culturele financiering te onderscheiden?”*

Via voornamelijk nieuwsberichten, nieuwsverhalen, achtergrondverhalen en interviews is er bericht over de financiering van cultuur in Nederland. Bevonden is een groot verschil in de kwantiteit van berichtgeving tussen periode 1 (de laatste drie maanden van 2010) en 2 (de eerste drie maanden van 2011). Waarbij periode 1 het grootste aandeel van de totale berichtgeving kent. Dit grote aandeel is het gevolg van de berichtgeving op 30 september 2010. Door op dat moment een plotselinge wijziging (namelijk buiten de periode van de Cultuurnota) aan te kondigen in de financiering van de culturele sector ontstond het discours.

Een volgend patroon is dat meer dan $\frac{2}{3}$ ^o van de artikelen (in dit onderzoek 72,1%) in beide periodes een grote inhoudelijke focus kent omtrent de (wijziging van de) culturele financiering in Nederland. Dit betekent dat in de meeste berichtgeving tekstueel veel aandacht wordt geschonken aan specifiek dit onderwerp met als resultaat veel achtergrondinformatie.

Tevens is er een ander patroon ontdekt in de inhoud van de berichtgeving. In alle artikelen is namelijk de inhoud geanalyseerd op sectoren, aangeduid door de Raad

voor Cultuur. Het begrip ‘cultuur’, beschreven als verzamelnaam, is geen aanduiding door de Raad voor Cultuur en daarom niet meegenomen in onderstaande conclusie. De sector ‘podiumkunsten’ is in de berichtgeving inhoudelijk veel meer belicht in verhouding tot de andere 17 sectoren. In dit onderzoek voor 21,5% van de totaal onderzochte artikelen, in verhouding tot de sector ‘media’ die als tweede sector het meeste wordt belicht (met 7,3%). Dit betekent dat de sector ‘podiumkunsten’ in verhouding tot de andere sectoren meer een podium zoekt en/of krijgt om zich te uiten.

Een volgend patroon in de inhoud van de berichtgeving is ontdekt in het onderwerp, oftewel het ‘issue’. Het issue ‘wijziging van de financiële bijdrage(n)’ is daarbij inhoudelijk meer belicht (in dit onderzoek voor 35,6%) in verhouding tot de andere issues. Bijvoorbeeld tot het issue ‘de effecten van de (aangekondigde) wijzigingen’ dat als tweede issue het meeste wordt belicht (met 15,5%). Dit betekent dat het issue omtrent de ‘wijziging van de financiële bijdrage(n)’ in verhouding tot de andere issues meer aandacht krijgt in de berichtgeving.

Een ander patroon in de inhoud van de berichtgeving is ontdekt in de toonzetting. De toonzetting is veelal negatief (in dit onderzoek voor 48,8%) en relatief weinig positief (14,6%). Dit betekent dat deze negatieve toonzetting in verhouding tot de positieve en neutrale toonzetting meer aandacht kent in de berichtgeving.

Het patroon ontdekt bij de actoren belicht in de inhoud van de berichtgeving is die van het vrijwel ontbreken van de groep ‘overige’ actoren, oftewel de gebruikers van kunst en cultuurproducten (in slechts 7,8% aanwezig). Door de grote aanwezigheid van de actor ‘andere culturele professionele(n)’ (met 43,8% in dit onderzoek) wordt de meeste focus gelegd op de beroepsgroep in het culturele werkveld. Dit betekent dat de aanwezigheid van de beroepsgroep in het culturele werkveld meer aandacht zoekt en/of krijgt om zich te uiten dan de gebruikers van kunst en cultuurproducten.

Het dominante frame aanwezig in de berichtgeving over de (politiek) aangekondigde wijziging van culturele financiering in Nederland is het *hernieuwde* verantwoordelijkheidsframe van Semetko en Valkenburg (2000). Dit frame bestaat uit slechts drie elementen in plaats van de originele vijf elementen. Hierdoor zijn geen uitspraken meer mogelijk over de eventuele ‘mogelijke oplossingen’ die zijn behandeld in de artikelen en de eventuele ‘verantwoordelijkheid van een individu of groep’ die zijn gesuggereerd in de artikelen. Dit betekent dat het sterk aanwezige verantwoordelijkheidsframe vaak het beeld vormt in de berichtgeving dat de

overheid: 1) verantwoordelijk is voor de (wijziging van) culturele financiering in Nederland, 2) deze situatie kan verzachten en 3) dringend tot actie dient over te gaan. Middels beschrijvende statistiek is het percentage van aanwezigheid van frames berekend in dit onderzoek. Op deze manier kan er meer inzicht worden gegeven in de aanwezigheid van frames binnen dit onderzoek. Dit heeft als resultaat dat het specifieke verantwoordelijkheidsframe voor 81,4% aanwezig was in de artikelen. De theorie van Scheufele (1999), Entman (1993), Gamson & Modigliani (1989) en Van Gorp (2005, 2006, 2007) geeft weer dat een dominant frame de lezer voorziet van informatie vanuit een bepaald referentiekader. In dit onderzoek wordt de nadruk gelegd op de verantwoordelijkheid van de overheid, die tot actie dient over te gaan. Dit betekent dat de berichtgeving het referentiekader meegeeft in haar informatie van een 'verantwoordelijke overheid' die tot actie dient over te gaan. De overige drie frames zijn ondergeschikt aan de nadruk die wordt gelegd vanuit het verantwoordelijkheidsframe. De *sociaal constructivistische benadering* in dit onderzoek, over de rol die media heeft, gaat uit van een actief publiek dat informatie uit de frames wel en niet gebruikt voor meningsvorming (d'Angelo, 2002). De aanwezigheid van het dominante verantwoordelijkheidsframe in de berichtgeving legt een sterke nadruk op de verantwoordelijkheid van de overheid, waardoor informatie voor een andere benadering (beeldvorming) over verantwoordelijkheid minder toegankelijk voorhanden is.

De sterke afwezigheid van het moraliteitsframe zorgt dat er geen dominantie kan worden toegekend aan dit frame. Beschrijvende statistiek gaf als extra inzicht een percentage van 77,6% afwezigheid van dit frame in de artikelen. Dit niet of nauwelijks aanwezig zijn van het moraliteitsframe in de berichtgeving betekent dat de lezer grotendeels zelf zijn of haar moraal zal vormen over het onderwerp, zonder daarbij sturing te kennen vanuit een frame.

De verdeelde aanwezigheid van het conflictframe en economisch-gevolgenframe zorgen voor diversiteit van beeldvorming. Deze diversiteit aan frames in de berichtgeving komt overeen met het eerdere onderzoek van Semetko en Valkenburg (2000).

6.2 Verschil per medium

De deelvraag die in deze paragraaf wordt behandeld is: *“in hoeverre is er verschil in berichtgeving per landelijk geschreven medium?”*. Hiervoor worden alle waardevolle resultaten uit de inhoudsanalyse beschreven, om zo tot de beantwoording te komen.

Twee kranten kennen daarbij het grootste aandeel van de berichtgeving. Dit zijn NRC Handelsblad en De Volkskrant, die respectievelijk in beide geanalyseerde periodes in dit onderzoek voor 35,6% en 24,2% berichten over de (veranderende) culturele financiering in Nederland. Ook een verdeling naar de twee periodes geeft weer dat deze twee ‘kwaliteits’ kranten verantwoordelijk zijn voor het merendeel van de berichtgeving over dit onderwerp. De aanwezigheid van de twee ‘populaire’ kranten Algemeen Dagblad en Telegraaf is klein (in dit onderzoek 11,4%). De ‘populaire’ kranten Algemeen Dagblad en de Telegraaf berichten dus veel minder over de ‘schreeuw om cultuur’ dan de ‘kwaliteits’ kranten NRC Handelsblad, de Volkskrant en Trouw. Dit komt overeen met de signatuur die Bakker en Scholten (2003) toekennen aan de ‘populaire’ krant en ‘kwaliteits’ krant. Waarbij een ‘populaire’ krant relatief meer amusement en minder politiek kent dan een ‘kwaliteits’ krant. Omdat de ‘schreeuw om cultuur’ het gevolg is van een politieke aankondiging is er veel meer aandacht vanuit de ‘kwaliteits’ kranten voor dit onderwerp zichtbaar dan vanuit de ‘populaire’ kranten.

Een tweede verschil in de berichtgeving per medium is zichtbaar bij de bron van de artikelen. De ‘populaire’ kranten Algemeen Dagblad en de Telegraaf kennen nooit een cultureel professioneel als bron toe aan berichtgeving, waarbij de ‘kwaliteits’ kranten deze bron wel gebruiken. Dit komt overeen met de signatuur die van Hoof (2000) toekent aan de ‘populaire’ krant en ‘kwaliteits’ krant. Waarbij de ‘kwaliteits’ krant verdieping tracht toe te brengen en diverse kanten tracht te belichten: een culturele kwaliteit. Doordat er in dit onderzoek gebruik gemaakt is van de bron ‘de cultureel professioneel’ trachten de onderzochte ‘kwaliteits’ kranten de lezer zo goed mogelijk in te lichten, in plaats van de lezersbehoefte te bevredigen wat kenmerkend is voor de onderzochte ‘populaire’ kranten.

Een derde verschil in de berichtgeving per medium is zichtbaar bij het soort artikel voor de berichtgeving. De ‘populaire’ kranten Algemeen Dagblad en de Telegraaf berichten niet tot nauwelijks via een ‘profiel/schets’ of ‘column/opinie’ over de (wijzigende) culturele financiering in Nederland, terwijl de ‘kwaliteits’ kranten dit in meer of mindere mate wel doen. Dit komt overeen met de signatuur die Kussendrager,

van der Lugt en Rogmans (2002) toekennen aan de ‘populaire’ krant en ‘kwaliteits’ krant. Doordat er binnen dit onderzoek gebruik is gemaakt van meerdere soorten artikelen, waaronder ‘profiel/schets’ en ‘column/opinie’ trachten de onderzochte ‘kwaliteits’ kranten verdieping te geven aan het onderwerp. Door een deskundige aan het woord te laten, geeft het een andere manier van nieuws weer, waardoor de ‘kwaliteits’ krant haar afstand kan nemen en kritisch het onderwerp kan benaderen. Een vierde verschil in de berichtgeving per medium is zichtbaar in de inhoudelijke focus in de berichtgeving over de (wijzigende) culturele financiering in Nederland. De ‘populaire’ kranten Algemeen Dagblad en de Telegraaf kennen daarbij vrijwel één focus: een grote inhoudelijke focus. Bij de ‘kwaliteits’ kranten is deze grote focus in verhouding minder aanwezig en is ook een kleine en middelgrote focus aanwezig in de berichtgeving. Ook deze conclusie ondersteunt de signatuur die Kussendrager, van der Lugt en Rogmans (2002) toekennen aan de verdeling ‘populaire’ krant en ‘kwaliteits’ krant. De diversiteit aan focus in de onderzochte ‘kwaliteits’ kranten geeft weer dat er op diverse momenten aandacht wordt besteed aan het onderwerp, bijvoorbeeld als achtergrondinformatie of ter vergelijking, en niet alleen op het moment van nieuwswaarde.

Een vijfde verschil in de berichtgeving per medium is zichtbaar in de toonzetting van de berichtgeving. De ‘populaire’ krant Telegraaf bericht als enige krant nooit positief over de (wijzigende) culturele financiering in Nederland, waar alle andere media wel een diversiteit in toonzetting vertonen. Ook dit ondersteunt de signatuur die Kussendrager, van der Lugt en Rogmans (2002) toekennen aan de verdeling ‘populaire’ krant en ‘kwaliteits’ krant. De verdieping die de onderzochte ‘kwaliteits’ kranten trachten te geven in de berichtgeving kent een meer diverse toonzetting, in vergelijking met de onderzochte ‘populaire’ kranten.

Een zesde verschil in de berichtgeving per medium is zichtbaar in de aanwezigheid van het conflictframe. De relatief lage aanwezigheid van het conflictframe bij het Financieele Dagblad in verhouding tot Trouw en NRC Handelsblad toont dat het Financieele Dagblad significant niet tot nauwelijks met inhoud bericht dat ‘verwijt’ of ‘onemigheid/meningsverschil/conflict’ bevat. De ‘kwaliteits’ krant Financieele Dagblad kent minder sturing van het conflictframe en weet dus hierbij meer afstand te behouden van de informatie die zij verstrekt, in verhouding tot de ‘kwaliteits’ kranten Trouw en NRC Handelsblad.

Een zevende verschil in de berichtgeving per medium is zichtbaar in de afwezigheid van het moraliteitsframe. Waarbij de ‘populaire’ krant Algemeen Dagblad geen aanwezigheid kent van dit frame, kennen Trouw en de Telegraaf in verhouding tot Algemeen Dagblad significant meer aanwezigheid van het frame. Dit resultaat ondersteunt de signatuur die van Hoof (2000) toekent aan de ‘populaire’ krant, die een commerciële kwaliteit toeschrijft aan haar berichten. De lezersgroep van de onderzochte ‘populaire’ krant Algemeen Dagblad kent in dit onderzoek namelijk geen sturing in moraliteit door de krant. Dit resultaat ligt in de lijn van de signatuur die van Hoof (2000) aanhoudt. Ook de significant lage(re) aanwezigheid van het moraliteitsframe in de berichtgeving bij het NRC Handelsblad in verhouding tot Trouw en de Telegraaf is zichtbaar.

Een laatste verschil in berichtgeving per medium is zichtbaar in de significant hoge aanwezigheid van het economisch-gevolgenframe bij NRC Handelsblad in verhouding tot zowel Trouw, Volkskrant als Algemeen Dagblad. NRC Handelsblad geeft in haar berichtgeving meer sturing in informatie over de economische gevolgen dan andere kranten.

6.3 Discussiepunten en vervolgonderzoek

Over bovenstaande conclusies en antwoorden op de (deel)vragen kan discussie worden gevoerd. Het onderzoeksmateriaal, dat gerealiseerd is door afbakening met vijf zoektermen (‘cultuur’ in combinatie met ‘bezuinigen’, ‘tekort’, ‘schreeuw’, ‘wijzigen’ en ‘financiering’), kent mogelijk sturing in de resultaten. De conclusie dat er een grote inhoudelijke focus op het onderwerp ‘de (wijzigende) culturele financiering in Nederland’ is in de berichtgeving, zou het gevolg kunnen zijn van deze afbakening.

Bij de afbakening van het onderzoeksmateriaal is ook gekozen voor zeven landelijke kranten. In een vervolgonderzoek kunnen andere bronnen dienen ter aanvulling en/of vergelijk, bijvoorbeeld met regionale kranten, gratis dagbladen en andere landelijke media. Ook een kwalitatieve analyse van hetzelfde onderzoeksmateriaal en/of andere bronnen levert mogelijk andere inzichten.

Een andere discussie die gevoerd kan worden gaat over de grote aanwezigheid van de sector ‘podiumkunsten’ in de berichtgeving. De aandacht die deze sector meer zoekt en/of krijgt in verhouding tot de andere sectoren zou het gevolg kunnen zijn van een mogelijk overaanbod van podiumkunsten in Nederland. Inzicht in deze vraag- en

aanbodzijde komt echter niet in dit onderzoek aan bod. Er kan dus ook geen uitspraak worden gedaan over de mogelijke reden(en) voor de relatief grote aanwezigheid van de sector ‘podiumkunsten’ in de berichtgeving over de (wijzigende) culturele financiering in Nederland.

Geconcludeerd is ook de grote afwezigheid van de actor ‘overige’, die de groep gebruikers van kunst- en cultuurproducten vertegenwoordigd. Een vervolgonderzoek kent de mogelijkheid tot vergelijk van ‘actoren’ met bijvoorbeeld de grote aanwezigheid van de sector ‘podiumkunsten’ in de berichtgeving. Hierdoor ontstaat de mogelijkheid om eventuele samenhang te ontdekken. Binnen dit onderzoek zijn geen concluderingen over eventuele samenhang mogelijk.

Tevens is de grote aanwezigheid van negatieve toonzetting geconcludeerd in de berichtgeving. Een vervolgonderzoek kent de mogelijkheid tot vergelijk van deze toonzetting met bijvoorbeeld sectoren, actoren en issues. Mogelijke samenhang kan hierbij wellicht meer specificatie geven over deze toonzetting. Binnen dit onderzoek zijn er geen concluderingen over eventuele samenhang mogelijk.

De conclusie dat de sector ‘podiumkunsten’ relatief meer aanwezig is dan andere sectoren, zou in een vervolgonderzoek met als onderwerp ‘de aanwezige lobby in het culturele werkveld’ onderzocht kunnen worden op mogelijke samenhang. Mogelijk vergelijk met het dominante verantwoordelijkheidsframe kan daarbij ook andere inzichten verschaffen. Binnen dit onderzoek zijn er geen concluderingen over eventuele samenhang mogelijk.

Vervolgonderzoek kent ook de mogelijkheid om naast de mediaframes aanwezig in de berichtgeving het accent te leggen op de individuele frames (Scheufele, 1999).

Waarneming en interpretatie van de mediaframes door het publiek, bijvoorbeeld met behulp van een opinieonderzoek, kent dan de mogelijkheid tot meer inzicht over hoe mensen denken over de (wijzigende) culturele financiering in Nederland. Binnen dit onderzoek zijn deze individuele referentiekaders niet onderzocht en zijn concluderingen hierover ook niet mogelijk.

6.4 Kritische terugblik en aanbevelingen

Na enkele discussiepunten te hebben beschreven en mogelijke vervolgonderzoeken hebben aangeduid in paragraaf 6.3, wordt in deze paragraaf met een kritische blik gekeken naar dit onderzoek.

Een kritische blik op het proces van codering toont enkele valkuilen. Bijvoorbeeld bij de codering van de toonzetting in de artikelen, aangeduid in positief, neutraal en negatief. Deze verdeling kent een bepaalde mate van subjectiviteit van de onderzoeker, zelfs met houvast van woorden als ‘goed’ en ‘slecht’ in teksten. De mogelijkheid en ruimte tot eigen interpretatie van de teksten, neigt naar een kwalitatieve analyse om tot de verdeling ‘positief’, ‘neutraal’ en ‘negatief’ te komen. Dit is tevens een valkuil bij de codering van de vijf generieke frames die uit interpretatieve vragen ontstaan. Aanbevolen wordt om voorafgaand aan de kwantitatieve analyse een begrippenlijst op te stellen dat het proces van coderen nog meer kaders geeft. Middels een steekproef is het opstellen van deze begrippenlijst mogelijk.

Een andere valkuil bij codering van de artikelen betreft de ruimte tot antwoorden. Doordat bijvoorbeeld bij de vijf frames, vooraf gedefinieerd door Semetko en Valkenburg (2000), een schaal is gehanteerd/behouden tussen ‘ja’ (1) en ‘nee’ (2) zijn twee ankers ontstaan. Waarbij het verschil in de codering tussen ‘ja’ en ‘nee’ groot is. Een 5-puntenschaal of zelfs 10-puntenschaal (van helemaal eens tot helemaal niet eens of andersom) heeft de waarschijnlijkheid deze verschillen te verkleinen. Waarschijnlijk zou de reliability van de 5 frames dit ook ten goede doen komen. Aanbevolen wordt om frameworken met een ruime puntenschaal te coderen, om zo verschillen in codering specifiek aan te kunnen duiden.

Door de *deductieve onderzoeksstrategie* te definiëren, te bepalen en aan te houden binnen dit onderzoek ontstonden ook twee valkuilen. Er was namelijk geen ruimte voor aanscherping van een bestaand frame of aanvulling van een nieuw frame, alleen de mogelijkheid een vooraf gedefinieerd frame uit minder elementen/vragen te laten bestaan. Als voorbeeld kan het (economisch-) gevolgenframe dienen. Doordat dit frame focust op winst, verlies, kosten, investeringen en economische gevolgen laat het geen ruimte voor andere mogelijke gevolgen. Onderzoek naar het economisch-gevolgenframe in de 219 artikelen toonde dat er ook maatschappelijke of artistieke gevolgen werden benoemd, echter konden deze gevolgen niet worden gemeten in het vooraf gedefinieerde gevolgenframe.

Tevens kende de analyse een vooraf gedefinieerd frame ‘wel’ of ‘niet’ toe, waar een nieuw frame wellicht een andere uitkomst had gekend. Het wordt aanbevolen om een steekproef te houden met een aantal artikelen, voorafgaand aan de daadwerkelijke inhoudsanalyse. Mogelijk levert dit aanscherping of aanvulling bij onderzoek.

Literatuurlijst

Baarda, D.B., Goede de, M.P.M., & Dijkum van, C.J. (2007). Basisboek statistiek met SPSS. Handleiding voor het verwerven en analyseren van en rapporteren over (onderzoeks)gegevens. Groningen: Wolters-Noordhoff.

Bakker, P., & Scholten, O. (2003). Communicatiekaart van Nederland: overzicht van media en communicatie. Alphen a/d Rijn: Kluwer.

Bardoel, J., & Cuilenburg van, J. (2003). Communicatiebeleid en communicatiemarkt: over beleid, economie en management voor de communicatiesector. Amsterdam: Otto Cramwinckel Uitgever.

Berkhout, K. (2004, Mei. 21). Ons kent ons in de besturen van culturele organisaties. *NRC Handelsblad*.

Boer de, C., & Brennecke, S. (2003). Media en publiek: theorieën over media-impact. Amsterdam: Boom.

Braak ter, L. (2005). Elke dag een Victory Boogie Woogie: de kunst moet zich losmaken van de overheid. *Boekman*, vol 62, p. 20-25.

Bulck van den, H., Simons, N., & Gorp van, B. (2008). Let's drink and be merry: the framing of alcohol in the prime-time american youth series 'The OC'. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs*.

Bureau woordvoering kabinetsformatie. (2012). Gedoogakkoord VVD – PVV – CDA. Geraadpleegd op 09 februari 2012, van <http://www.kabinetsformatie2010.nl/>

Carey, J.W. (1989). Communication as culture: essays on media and society. New York: Routledge.

Cebuco. (2012). Oplagecijfers 2008 – 2010. Geraadpleegd op 15 maart 2012, van <http://www.hoi-online.nl>

Condit, C.M., & Selzer, J.A. (1985). The rhetoric of objectivism in the newspaper coverage of a murder trial. *Critical studies in mass communication*, vol. 2, nr 3, p. 197-216.

D'Angelo, P. (2002). News framing as a multiparadigmatic research program: a response to Entman. *Journal of Communication*, p. 870-888.

Depres, A. (2008). Internationale conflictberichtgeving in de Vlaamse geschreven pers: een longitudinale framing- en representatieanalyse van de Eerste en Tweede intifada. Universiteit Gent/Faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen.

Entman, R. (1993). Framing towards clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*. vol 43, nr 4, p. 51-58.

Gamson, W.A., & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: a constructionist approach. *The American Journal of Sociology*. vol 95, nr 1, p. 1-37.

Gehrels, C. (2010, Okt. 18). Groot kunstaanbod verrijkt Amsterdam. *Volkskrant*.

Gorp van, B. (2005). Where is the frame? Victims and intruders in the Belgian press coverage of the asylum issue. *European Journal of Communication*, vol 20, nr 4, p. 485-508.

Gorp van, B. (2006). Een constructivistische kijk op het concept framing. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, vol 34, nr 3, p. 246-256.

Gorp van, B. (2007). The constructionist approach to framing: bringing culture back. *Journal of Communication*, vol. 57, nr 1, p. 60-78.

Hoof van, A.M.J. (2000). Kranten met karakter. Identiteit van kranten vanuit kwaliteitsperspectief. Amsterdam: Thela Thesis.

Intomart GfK. (2012). NOM Print Monitor 2011/-I+II. Geraadpleegd op 15 maart 2012, van <http://www.cebuc.nl>

Jasperson, A.E., & El-Kikhia, M. (2003). CNN and Al Jazeera's media coverage of America's war in Afghanistan. *Framing terrorism. News media, the government and the public*. New York: Routledge, p. 113-132.

Klamer, A. (2005). Creatieve financiering van creativiteit. *Boekman*, vol 62, p. 6-10.
Klink, P. van. (2010, Okt. 16). Kaalslag of keerpunt. *Het Financieele Dagblad*.

Kussendrager, N., Lugt van der, D., & Rogmans, B. (2002). Basisboek journalistiek: achtergronden, genres, vaardigheden. Groningen: Wolters-Noordhoff.

Lange, H. de. (2010, Okt. 09). Visie op het belang van kunst ontbreekt; Rick van der Ploeg over bezuinigingen. *Trouw*.

Lexis Nexis Academic. (2012). Broninformatie. Geraadpleegd op 16 maart 2012, van <http://www.lexisnexis.com>

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen. (2002). Cultuurbeleid in Nederland.

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen. (2003). Meer dan de som: Beleidsbrief 2004 – 2007.

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen. (2007). Kunst van Leven: Hoofdlijnen cultuurbeleid.

NRC Handelsblad. (2010, Okt. 08). Protest op korten op kunsten. *NRC Handelsblad*.

NRC Handelsblad. (2010, Okt. 18). Protest steden tegen het korten op kunst. *NRC Handelsblad*.

Ockhuysen, R.(2010, Okt. 20). Kaalslag. *Parool*.

Ockhuysen, R. (2010, Nov. 10). Overmaat. *Parool*.

Raad voor Cultuur. (2012). Indeling sectoren. Geraadpleegd op 16 maart 2012, van <http://www.cultuur.nl>

Reese, S.D. (2001). Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social world. Londen: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

Gamson, W.A. (1992). Talking politics. Cambridge University Press.

Rienstra, R. (2005). Het is allemaal Thorbeckes schuld. *Boekman*, vol.62, p. 26-28.

Scheufele, D.A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, p. 103-122.

Schoemaker, P., & Reese, S.D. (1996). Mediating the message: theories of influenceer on mass media content. New York: Longman Publishers USA, p. 105-251.

Semetko, H.A., & Valkenburg, P.M. (2000). Framing European politics: a content analysis of Press and Television News. *Journal of Communication*, vol. 50, nr 2, p. 93-109.

Sligter, W.S. (2008). Cultuurmecenaat in Nederland. Universiteit van Utrecht, p. 43-46.

Smithuijsen, C. (2004). Het ideaal van integraal: over de gelijktijdige heroverweging van een kleine duizend subsidies in de cultuur. Geraadpleegd op 10 oktober 2011 van http://www.boekman.nl/documenten/2004_smithuijsen3.doc

- Tamboer, K. (2010, Okt. 27). Kunstwereld versus Halbe Zijlstra. *Parool*.
- Tennekes, J. (1990). De onbekende dimensie: over cultuur, cultuurverschillen en macht. Apeldoorn: Garant, p. 18-62.
- Trouw. (2010, Okt. 09). Kunstwereld bundelt verzet op Malieveld; 3000 mensen uit cultuursector bij protest in Den Haag. *Trouw*.
- Trouw. (2010, Nov. 20). Kunstsubsidies verdienen een debat dat vrij is van wrok en hoogmoed. *Trouw*.
- Twaalfhoven, A. (2005). Kunst en geld. *Boekman*, vol 62, p. 4.
- Velthuis, O. (2005). De strijdstok van het subsidiecircus. *Boekman*, vol 62, p. 12-17.
- Vreese de, C.H. (2003). News framing: theory and typology. *Information Design Journal*, vol 13, nr 1, p. 51-62.
- Weger de, M. (2005). Iedereen een pinpas voor cultuur. *Boekman*, vol 62, p. 46-50.
- Wester, F.P.J. (2006). Inhoudsanalyse: theorie en praktijk. Alphen a/d Rijn: Kluwer.
- Westerstahl, J., (1983). Objective news reporting: general premises. *Communication Research*, vol. 10, nr 3, p. 403-424.

Bijlage 1. Oplage landelijke dagbladen

Titel	Uitgeverij	Jaartal	Oplage
AD	AD Nieuwsmedia B.V.	2008	460722
AD	AD Nieuwsmedia B.V.	2009	443437
AD	AD Nieuwsmedia B.V.	2010	442962
De Telegraaf	Telegraaf Media Nederland / Landelijke Media B.V.	2008	695635
De Telegraaf	Telegraaf Media Nederland / Landelijke Media B.V.	2009	672460
De Telegraaf	Telegraaf Media Nederland / Landelijke Media B.V.	2010	648958
De Volkskrant	De Persgroep Advertising	2008	263204
De Volkskrant	De Persgroep Advertising	2009	258016
De Volkskrant	De Persgroep Advertising	2010	262183
Nederlands Dagblad	Nederlands Dagblad BV	2008	31848
Nederlands Dagblad	Nederlands Dagblad BV	2009	30345
Nederlands Dagblad	Nederlands Dagblad BV	2010	30150
NRC Handelsblad	NRC Media BV	2008	218321
NRC Handelsblad	NRC Media BV	2009	205024
NRC Handelsblad	NRC Media BV	2010	200723
NRC.Next	NRC Media BV	2008	83369
NRC.Next	NRC Media BV	2009	82487
NRC.Next	NRC Media BV	2010	82338
Reformatorisch Dagblad	Reformatorisch Dagblad B.V.	2008	56227
Reformatorisch Dagblad	Reformatorisch Dagblad B.V.	2009	55114
Reformatorisch Dagblad	Reformatorisch Dagblad B.V.	2010	53629
Trouw	De Persgroep Advertising	2008	108247
Trouw	De Persgroep Advertising	2009	107358
Trouw	De Persgroep Advertising	2010	106440
Het Financieele Dagblad	Het Financieele Dagblad BV	2008	65310
Het Financieele Dagblad	Het Financieele Dagblad BV	2009	65284
Het Financieele Dagblad	Het Financieele Dagblad BV	2010	63022
Dagblad de Pers*	Wegener Media BV	2008	367413
Dagblad de Pers*	Wegener Media BV	2009	220561
Dagblad de Pers*	Wegener Media BV	2010	244138
Metro*	Metro Holland BV	2008	532509
Metro*	Metro Holland BV	2009	505105
Metro*	Metro Holland BV	2010	485124
Sp!ts*	Basis Media	2008	430282
Sp!ts*	Basis Media	2009	415573
Sp!ts*	Basis Media	2010	382273

Bijlage 2. Verkenning LexisNexis: afbakening onderzoeksmateriaal

De zoekterm ‘cultuur’ levert binnen de onderzoeksperiode de volgende aantallen resultaten op:

Landelijke dagbladen	Aantallen
AD/Algemeen Dagblad	1318
NRC Handelsblad	1133
Trouw	828
De Volkskrant	814
Het Financieele Dagblad	423
De Telegraaf	329
NRC.NEXT	262
Totaal	5107

De toevoeging (AND) van de zoekterm ‘bezuinigen’ resulteert in 283 artikelen, met de onderstaande verdeling:

Landelijke dagbladen	Aantallen
NRC Handelsblad	91
De Volkskrant	63
Trouw	46
Het Financieele Dagblad	32
NRC.NEXT	20
De Telegraaf	17
AD/Algemeen Dagblad	14
Totaal	283

De toevoeging van de zoekterm ‘schreeuw’ resulteert in 57 artikelen, met de onderstaande verdeling:

Landelijke dagbladen	Aantallen
NRC Handelsblad	16
De Volkskrant	16
De Telegraaf	8
Trouw	7
AD/Algemeen Dagblad	5
NRC.NEXT	4
Het Financieele Dagblad	1
Totaal	57

De toevoeging van de zoekterm 'wijzigen' resulteert in 19 artikelen, met de onderstaande verdeling:

Landelijke dagbladen	Aantallen
NRC Handelsblad	10
AD/Algemeen Dagblad	3
Het Financieele Dagblad	2
Trouw	2
De Volkskrant	2
Totaal	19

De toevoeging van de zoekterm 'tekort' resulteert in 89 artikelen, met de onderstaande verdeling:

Landelijke dagbladen	Aantallen
NRC Handelsblad	25
De Volkskrant	20
Trouw	13
De Telegraaf	12
Het Financieele Dagblad	8
AD/Algemeen Dagblad	6
NRC.NEXT	5
Totaal	89

Aanpassing van het woord 'cultuur' naar 'culturele' met de toevoeging van de zoekterm 'financiering' resulteert in 44 artikelen, met de onderstaande verdeling:

Landelijke dagbladen	Aantallen
De Volkskrant	19
NRC Handelsblad	12
Het Financieele Dagblad	5
NRC.NEXT	3
Trouw	3
AD/Algemeen Dagblad	2
Totaal	44

Bijlage 3. Niet geanalyseerde (aantallen) artikelen

Zoeterm 'cultuur & bezuinigen'	Aantal	Percentage
Algehele (beleid van) bezuinigingen	21	20
Bezuinigen in de sportsector	4	3,81
Bezuinigen in de zorgsector	2	1,9
Bezuinigen in sociale voorzieningen	4	3,81
Bezuinigen in de toeristische sector	1	0,95
Bezuinigen in het onderwijs	7	6,67
Bezuinigingen in het buitenland	11	10,48
Opinie non-professional /non- journalist	31	29,52
Inhoudelijke culturele ontwikkelingen	3	2,86
Cultuur in een andere context genoemd	14	13,33
Aankondiging van inhoud elders geplaatst	4	3,81
Dubbelingen door dezelfde inhoud en krant	3	2,86
Totaal	105	100

Zoekterm 'cultuur & tekort'	Aantal	Percentage
Algehele (beleid van) bezuinigingen	9	10,47
Bezuinigen in de sportsector	9	10,47
Bezuinigen in de zorgsector		
Bezuinigen in sociale voorzieningen	1	1,16
Bezuinigen in de toeristische sector		
Bezuinigen in het onderwijs	1	1,16
Bezuinigingen in het buitenland	7	8,14
Opinie non-professional /non- journalist	9	10,47
Inhoudelijke culturele ontwikkelingen	13	15,11
Cultuur in een andere context genoemd	26	30,23
Aankondiging van inhoud elders geplaatst	2	2,32
Dubbelingen door dezelfde inhoud en krant	9	10,47
Totaal	86	100

Zoekterm 'cultuur & schreeuw'	Aantal	Percentage
Algehele (beleid van) bezuinigingen	4	12,5
Bezuinigen in de sportsector		
Bezuinigen in de zorgsector		
Bezuinigen in sociale voorzieningen		
Bezuinigen in de toeristische sector		
Bezuinigen in het onderwijs		
Bezuinigingen in het buitenland		
Opinie non-professional /non- journalist	4	12,5
Inhoudelijke culturele ontwikkelingen	12	37,5
Cultuur in een andere context genoemd	3	9,38
Aankondiging van inhoud elders geplaatst	3	9,37
Dubbelingen door dezelfde inhoud en krant	6	18,75
Totaal	32	100

Zoekterm 'cultuur & wijzigen'	Aantal	Percentage
Algehele (beleid van) bezuinigingen	3	20
Bezuinigen in de sportsector		
Bezuinigen in de zorgsector		
Bezuinigen in sociale voorzieningen		
Bezuinigen in de toeristische sector		
Bezuinigen in het onderwijs		
Bezuinigingen in het buitenland	5	33,33
Opinie non-professional /non- journalist	1	6,68
Inhoudelijke culturele ontwikkelingen	2	13,33
Cultuur in een andere context genoemd	2	13,33
Aankondiging van inhoud elders geplaatst		
Dubbelingen door dezelfde inhoud en krant	2	13,33
Totaal	15	100

Zoekterm 'culturele & financiering'	Aantal	Percentage
Algehele (beleid van) bezuinigingen	4	11,43
Bezuinigen in de sportsector		
Bezuinigen in de zorgsector		
Bezuinigen in sociale voorzieningen		
Bezuinigen in de toeristische sector		
Bezuinigen in het onderwijs		
Bezuinigingen in het buitenland	2	5,71
Opinie non-professional /non- journalist	4	11,43
Inhoudelijke culturele ontwikkelingen	6	17,14
Cultuur in een andere context genoemd	8	22,86
Aankondiging van inhoud elders geplaatst	1	2,86
Dubbelingen door dezelfde inhoud en krant	10	28,57
Totaal	35	100

Bijlage 4. Geanalyseerde artikelen

Titel artikel	Krant	Datum
Rechtse hobby's	de Volkskrant	01-okt-10
Kunstbudget omlaag met 200 miljoen	de Volkskrant	01-okt-10
Kunstsector reageert geschokt op wat wordt gezien als 'halvering' en vreest sluiting van zalen en theaters	NRC Handelsblad	01-okt-10
Protest tegen opheffing MCO	De Telegraaf	04-okt-10
Het mes gaat in 'elitaire en linkse hobby's'; lage ambities en grote bezuinigingen bij ontwikkelingssamenwerking, publieke omroep, milieu en cultuur	NRC Handelsblad	05-okt-10
Geefwet voor het Concertgebouw	NRC Handelsblad	05-okt-10
Dit is afbraak van de Nederlandse muziekcultuur; het muziekleven en de podiumkunsten worden onevenredig hard getroffen door de bezuinigingen	NRC Handelsblad	05-okt-10
De kriebels van kunst	NRC.Next	06-okt-10
De kriebels van kunst	NRC Handelsblad	06-okt-10
Bezuinigingen in de kunstsector	de Volkskrant	08-okt-10
Wereld van de kunst is onthutst; er komen protesten aan	NRC.Next	08-okt-10
Musici straks in de bijstand; een deel van het repertoire verdwijnt	NRC.Next	08-okt-10
Het blozende huis; schrijven in de tijd: Maria Barnas over het ontzag voor de kunstenaar	NRC Handelsblad	08-okt-10
Vandaag: Jeroen van Merwijk, cabarattier, kunstschilder en liedjesschrijver.	Trouw	08-okt-10
Gezellige spelletjes	de Volkskrant	09-okt-10
Het publiek staat op steeds meer afstand van de kunst	NRC Handelsblad	09-okt-10
Visie op het belang van kunst ontbreekt; Rick van der Ploeg over bezuinigingen	Trouw	09-okt-10
Afknijpen die handel; kunstsector op zoek naar verweer	de Volkskrant	15-okt-10
Staatssecretaris: 'Liever geen zware boeken'	NRC Handelsblad	15-okt-10
Kaalslag of keerpunt?	Financieele Dagblad	16-okt-10
Cultuurgelden in beeld	Financieele Dagblad	16-okt-10
Zonder subsidie ook geen films met Carice; zelfs succesrijke kunst komt in Nederland niet uit de kosten	NRC Handelsblad	16-okt-10
Kunst staat eindelijk weer middenin politiek strijdperk	Trouw	16-okt-10
Wethouders van cultuur: bezuinigingen of verhogen btw	de Volkskrant	18-okt-10
Groot kunstaanbod verrijkt Amsterdam	de Volkskrant	18-okt-10
In drie minuten hoor ik vijf keer 'linkse hobby'; zo protesteer je niet tegen bezuinigingen op de kunst en cultuur, leg uit wat kunst wél is	NRC.Next	18-okt-10
Protest steden tegen het korten op kunst	NRC Handelsblad	18-okt-10
Cultuurwethouders hebben voorbarige brief gestuurd	de Telegraaf	19-okt-10
Bezuinigen? Er moet juist meer naar kunst en cultuur	de Volkskrant	19-okt-10
BTW-verhoging leidt tot lagere publieksaantallen	de Volkskrant	19-okt-10
Kunstsector vreest het ondernemerschap	Financieele Dagblad	19-okt-10
Niet het werk van jaren rücksichtslos afbreken	NRC Handelsblad	19-okt-10
Deze stap is puur toeval	Financieele Dagblad	20-okt-10
Rutte moet uitleggen hoe kunstmeccenaat kan ontstaan	de Volkskrant	20-okt-10
Kunsten '92: niet kiezen tussen korten en btw	de Volkskrant	21-okt-10
Zuipcultuur; kunstwonderen	NRC Handelsblad	21-okt-10
Buitenstaander in kunst met liefde voor thrillers wacht een zware taak; profiel Halbe Zijlstra, staatssecretaris van cultuur	de Volkskrant	22-okt-10
De staatssecretaris houdt niet van zware boeken	NRC Handelsblad	22-okt-10
De mecenas is niet uitgenodigd; de moeite van de kunstwereld met particuliere geldschieters	de Volkskrant	22-okt-10
Klappen op te vangen met giften; uit mecenasen is nog veel te halen, mits giftenaftrek blijft	de Volkskrant	22-okt-10
Bezuinigingen cultuur raken vooral kinderen	Algemeen Dagblad	23-okt-10

Kwart van bibliotheken moet de deuren sluiten	Algemeen Dagblad Financieele	23-okt-10
Radicaal korten op kunst erodeert de excellentie	Dagblad	23-okt-10
De stelling van Cees Langeveld: je kunt de kunstwereld niet veranderen tussen 31 december en 1 januari	NRC Handelsblad	23-okt-10
Toneel vreest kaalslag door bezuinigingen;	NRC Handelsblad	23-okt-10
de overheid moet niet korten op theater, maar op zijn eigen beoordelingscommissies vindt toneelsector		
De meeste gevers zijn al blij met een bedankje;	NRC Handelsblad	27-okt-10
Sigrid Hemels, hoogleraar belastingrecht, over het gebrek aan ervaring in de kunst met mecenaat		
Bezuinigen is zo erg nog niet, maar kan de kunstwereld de kunsthaat waarmee ze te maken krijgt aan?	NRC.Next	28-okt-10
Bezuinigen op cultuur, de bank kan helpen	Trouw	28-okt-10
Publieksactie voor de kunsten	NRC Handelsblad	28-okt-10
Met die kaalslag zal het reuze gaan meevallen; econoom Pim van Klink over de noodzaak van bezuinigen	de Volkskrant	29-okt-10
Breng export Nederlandse cultuur niet in gevaar	de Volkskrant	29-okt-10
Exact om 14.00 morgen zullen de strijkers het plein bestormen	NRC Handelsblad	29-okt-10
Mecenaat moet weer statussymbool worden	de Volkskrant	29-okt-10
	Financieele	
Museum wegbezuinigd	Dagblad	30-okt-10
SP wil debat over gebouw; geen eigen collectie, geen eigen gebouw, wel reizende tentoonstellingen	NRC Handelsblad	30-okt-10
Geen Historisch Museum; staatssecretaris draait geldkraan dicht voor bouw omstreden pand in Arnhem	Trouw	30-okt-10
Museum	de Telegraaf	01-nov-10
Kuns	de Telegraaf	02-nov-10
Museum Armando weg uit Amersfoort	NRC Handelsblad	03-nov-10
Goed nieuws: het Nationaal Historisch Museum komt er toch	Trouw	03-nov-10
Schreeuw om cultuur	NRC.Next	04-nov-10
Omroeporkesten in de knel; MCO speelbal in complex krachtenveld	de Telegraaf	05-nov-10
VVD-fractie tegen hogere btw op kunst; kabinet onderzoekt alternatief	NRC Handelsblad	09-nov-10
Bezuinigen levert juist een elite op	Trouw	09-nov-10
Veel subsidie voor kunst, maar het publiek werd niet bereikt	Trouw	09-nov-10
Geen titel (3)	Algemeen Dagblad	10-nov-10
Een schreeuw moet helpen tegen kaalslag	NRC Handelsblad	12-nov-10
	Financieele	
Er is niets mis met de geefcultuur	Dagblad	13-nov-10
Het duivelse dilemma van de drempels; klassiek & zo	Trouw	13-nov-10
Linkse Hobby's	de Volkskrant	15-nov-10
Den Haag moet schreeuw kunnen horen;	NRC Handelsblad	15-nov-10
55 steden organiseren zaterdag lawaaiacties tegen bezuinigingen op kunst		
Particuliere geldstroom, belangrijk in de VS, stokt; Nederland bezuinigt op kunst - wat doen andere landen?	Trouw	16-nov-10
Schreeuw tot het kabinet luistert;	NRC.Next	16-nov-10
kunstinstellingen protesteren tegen kortingen, maar wil het publiek meedoen?		
	Financieele	
VVD slikt steun aan cultuur in	Dagblad	17-nov-10
De ironische mens maakt waarheid; en kunstenaars zijn ironisten pur san	NRC.Next	17-nov-10
Schreeuw (3)	NRC.Next	17-nov-10
Steun de kunsten en laat dat zien	de Volkskrant	18-nov-10
Cultuur blijft in Frankrijk nog even buiten schot; Nederland bezuinigt op kunst - wat doen andere landen?	Trouw	18-nov-10
Daad van politieke terreur; bezuinigingen leiden tot enorme verschraling	de Telegraaf	19-nov-10
	Financieele	
Bij guur weer gaan kunstenaars de markt op	Dagblad	19-nov-10
Geen titel (2)	NRC Handelsblad	19-nov-10
Liever geen Nederlandse toestanden; Nederland bezuinigt op kunst - wat doen andere landen?	Trouw	19-nov-10
Schreeuw om cultuur zal klinken op zeker 63 plaatsen in het land	de Volkskrant	19-nov-10

Kunst is seks voor de geest; op cultuur moet je nooit bezuinigen	de Volkskrant	20-nov-10
De schreeuw om cultuur(subsidie); het spel en de knikkers	de Volkskrant	20-nov-10
Knorrige cabaretier beklimt barricade	Financieele Dagblad	20-nov-10
Kunstsubsidies verdienen een debat dat vrij is van wrok en hoogmoed	Trouw	20-nov-10
Schreeuw (2)	de Volkskrant	20-nov-10
Verhoging btw wordt omzeild	de Volkskrant	20-nov-10
Geen afrekening met linkse kerk	Algemeen Dagblad	22-nov-10
Schreeuw klinkt van Arnhem tot Amsterdam	de Volkskrant	22-nov-10
Gemeenten schrappen 173 mln euro op kunst	Financieele Dagblad	22-nov-10
Het Nat van de Zilverui	NRC.Next	22-nov-10
Op 70 plekken geschreeuw om cultuur; luid protest tegen korten op kunst	Trouw	22-nov-10
Cultuur wordt door hogere prijzen rechts als de neten	Algemeen Dagblad	22-nov-10
Massale schreeuw om cultuur	de Telegraaf	22-nov-10
Het Leidseplein demonstreert zaterdag in jaren tachtigsfeer	de Volkskrant	22-nov-10
Hoorn gilt en verft posters grijs; het lijkt me niet leuk alleen voor de rijken te spelen, protest, protest, protest	Trouw	22-nov-10
Cultuur is voor onnozele malloten	de Volkskrant	23-nov-10
Schreeuw (1)	de Volkskrant	23-nov-10
Opera Zuid laat jong talent schitteren	Trouw	23-nov-10
Met sporten luister ik naar podcasts van de BBC	NRC Handelsblad	24-nov-10
Van Mark Twain tot Mark Rutte	de Volkskrant	25-nov-10
De Frans Bauer-belasting	de Volkskrant	26-nov-10
Tegen de dreigende opheffing van het cultuurbeleid!	NRC Handelsblad	26-nov-10
Gemeente wordt wat minder sociaal	Trouw	26-nov-10
Kunstwereld kan helft budget uit de markt halen	Trouw	27-nov-01
Ik voel venijn uit Den Haag; Joop en Janine van den Ende; natuurlijk moeten we ook op cultuur bezuinigen, maar niet zo	de Telegraaf	27-nov-10
Kunsthuis van Joop en Janine	Trouw	27-nov-10
Jamilla op dansles dankzij Jeugdcultuurfonds	de Volkskrant	30-nov-10
Zijlstra wil nieuw stelsel cultuursubsidie	de Volkskrant	03-dec-10
Kunst zonder context; Lucette ter Borg over het onvermogen om de bezoeker te vertellen waar hij naar kijkt	NRC Handelsblad	03-dec-10
Op deze manier lopen kunstponsors weg;	NRC Handelsblad	03-dec-10
Staatssecretaris Zijlstra verlengt kunstenperiode om wetsvoorstel subsidiestelsel mogelijk te maken		
Muziek centrum Omroep blijft bestaan	NRC Handelsblad	04-dec-10
Omroeporkesten	de Volkskrant	06-dec-10
Muziekcentrum Omroep moet denken aan fusie	NRC Handelsblad	06-dec-10
Operakaartje kan best wat duurder	Algemeen Dagblad	07-dec-10
Geen bezoekers, geen subsidie	de Volkskrant	07-dec-10
Senator zit in culturele zaken	de Telegraaf	08-dec-10
De Omroep moet keuzes maken; interview Anton Kok, directeur muziekcentrum van de Omroep	de Volkskrant	08-dec-10
Er zullen culturele parels verdwijnen;	NRC Handelsblad	08-dec-10
Els Swaab, voorzitter van de Raad voor Cultuur, over de kunstbezuinigingen door het kabinet		
Senaat wil af van btw-plan	NRC Handelsblad	08-dec-10
Hoge btw op kunst vrijwel zeker; harde kritiek in Eerste Kamer op verhoging, maar Rutte houdt vast aan plan	Trouw	08-dec-10
Gemeente kiest niet voor kunst; muziek- en kunstcentra moeten dicht door gemeentebezuinigingen	NRC Handelsblad	10-dec-10
Een brede omroep, met een kwart minder budget	NRC Handelsblad	11-dec-10
Cultuursector krijgt nauwelijks sponsorgelden	NRC Handelsblad	11-dec-10
Weinig financiële buffers bij orkesten; kunstbezuinigingen	NRC Handelsblad	11-dec-10
Veel rechtse kopstukken in culturele raden; inventarisatie bestuur instellingen	NRC Handelsblad	11-dec-10

Niemand houdt meer van de omroep	Trouw	11-dec-10
Bijstand helpt kunstenaar even; debat over begroting Cultuur. Afschaffing WWIK en Cultuurkaart	de Volkskrant	13-dec-10
Oppositie trekt gezamenlijk op	de Volkskrant	13-dec-10
Premier verdedigt verhoging btw-tarief	NRC Handelsblad	13-dec-10
Wat de oppositie ook roept, er gaat geen euro vanaf bij Zijlstra	de Volkskrant	14-dec-10
Duo voor media en cultuur niet te besnijden	Financieele Dagblad	14-dec-10
Barbarisme, kaalslag of rechts revanchisme..	NRC.Next	14-dec-10
Zijlstra laat zich niet door Kamer vermurwen;	NRC Handelsblad	14-dec-10
staatssecretaris van Cultuur roept op om af te zien van termen als 'recht revanchisme en linkse hobby's		
Den Haag moet het lef hebben over de crisis heen te kijken;	Trouw	14-dec-10
omstreden cultuurpaleis kan grote uitstraling hebben. Cultuurplannen voor de Hofstad		
Cultuurkaart voor jongeren haalt het niet; Zijlstra negeert wens bijna alle fracties	Trouw	14-dec-10
Iedereen profiteert van ons pionierswerk;	NRC Handelsblad	15-dec-10
Roeland Stekelenburg van de NOS nieuwssite over de publieke omroep en nieuwe media		
Ook andere partijen korten op kunst;	NRC Handelsblad	15-dec-10
Den Haag en Boxmeer bezuinigen respectievelijk twintig en dertig procent		
Cultuur is te belangrijk om aan de culturele sector over te laten	Trouw	15-dec-10
Bezuinigen moet, maar met visie; pamflet tegen de kaalslag	NRC Handelsblad	17-dec-10
Een schreeuwteje om cultuur op stations	NRC Handelsblad	17-dec-10
Geen titel (1)	Algemeen Dagblad	18-dec-10
Geen hogere eis eigen inkomsten	NRC Handelsblad	20-dec-10
We moeten scherper zijn	Trouw	20-dec-10
Rinnooy Kan helpt bij advies over cultuur	NRC Handelsblad	21-dec-10
Concertkaartjes toch duurder	Algemeen Dagblad	21-dec-10
Kunst moet niet schreeuwen, maar luisteren	de Volkskrant	22-dec-10
Rabo stopt met van Gogh Museum	de Volkskrant	22-dec-10
Kap niet, kies!; pamflet tegen de kaalslag	NRC Handelsblad	23-dec-10
Van Gogh Museum zoekt sponsor;	NRC Handelsblad	24-dec-10
Rabobank verlegt interesse van museum naar de Nederlandse Bach-vereniging		
Gemeenten snijden massaal in cultuur	NRC Handelsblad	28-dec-10
De eerste slachtoffers in de cultuursector vallen al	NRC Handelsblad	28-dec-10
Gemeente snijdt in cultuur; Nederland	NRC.Next	29-dec-10
Vooraf in de cultuursector wordt al flink bezuinigd	NRC.Next	29-dec-10
Help Halbe; terugblik op 'pamfletten tegen de kaalslag'	NRC Handelsblad	30-dec-10
Muziek zonder subsidie kan niet overal	Financieele Dagblad	31-dec-10
Is vernietiging van de aarde 'n rechtse hobby?	Trouw	04-jan-11
Een leven lang kunstmecenas;	NRC Handelsblad	07-jan-11
gefortuneerde kunstenares Gisele d'Ailly stopte vermogen in een eigen stichting		
Toneel vreest voor fusies	NRC Handelsblad	07-jan-11
Wie heeft het auteursrecht op de kwalificatie linkse hobby's?	de Volkskrant	07-jan-11
Abrupt einde voor Scription	NRC Handelsblad	10-jan-11
Museum Scription sluit per direct	Trouw	10-jan-11
Wij onderhandelen harder met leveranciers;	Financieele Dagblad	12-jan-11
directeur Els van Odijk van kunstlab Rijksakademie maakt langere dagen dan ooit		
Deel gemeente investeert wel in kunst	NRC Handelsblad	15-jan-11
Geheime tafel van zes strijdt voor de toekomst;	NRC Handelsblad	25-jan-11
bestuurders uit de kunstsector willen topkwaliteit, innovatie en internationalisering van de kunsten		
Een leven lang kunstmecenas;	NRC.Next	27-jan-11
gefortuneerde kunstenares Gisele d'Ailly stopte vermogen in een eigen stichting		
Voor meeste omroepen gaat fuseren te ver; meer samenwerking bespreekbaar	Trouw	28-jan-11

Huur vaker een artiest in; pleidooi voor creativiteit in de kunstfinanciering	NRC Handelsblad	28-jan-11
	Financieele	
We doen al twintig jaar aan sponsoring;	Dagblad	02-feb-11
Harals Moes van het Scapino Ballet ziet de geschiedenis zich herhalen bij de discussie over de kunsten		
Ridders op zoek naar een nieuwe graal:	de Volkskrant	04-feb-11
eigenlijk zijn deze bezuinigingen een zegen; tafel van zes denkt na over nieuw subsidiestelsel		
Frans Halz krijgt forse bezuiniging	NRC Handelsblad	09-feb-11
Van circusles tot viool, alles moet anders; kunstopleidingen staan onder druk	NRC.Next	11-feb-11
Van circus tot barokviool; kunstopleidingen moeten veranderen maar weten nog niet goed hoe	NRC Handelsblad	11-feb-11
Dan wordt Lowlands gewoon een circus	Algemeen Dagblad	12-feb-11
Kunstwereld stoeit met kamerleden	de Volkskrant	12-feb-11
De bereidheid om samen te werken is meegefallen; kunstsector en Tweede Kamer praten over bezuinigingen	NRC Handelsblad	12-feb-11
Gemeenten bezuinigen fors op bibliotheken en cultuureducatie;	de Volkskrant	15-feb-11
Enschede, Utrecht en Breda korten niet op kunst		
Steden korten lokaal op kunst	NRC Handelsblad	15-feb-11
Rauw poppentheater bestaat ook; pop arts festival meer dan jan klaassen achter een rood gordijntje	de Volkskrant	15-feb-11
Gemeenten bezuinigen vooral op bibliotheken	Trouw	16-feb-11
Kijken in de toekomst	Trouw	17-feb-11
Stemadvies: denk cultureel	NRC Handelsblad	17-feb-11
Theater geeft geld terug aan gemeente	NRC Handelsblad	19-feb-11
SP wil opheldering van kabinet over bezuiniging bibliotheken	de Volkskrant	21-feb-11
Website vergelijkt verkiezingsprogramma's partijen op culturele thema's	de Volkskrant	21-feb-11
Ik wil tonen dat bezuinigen kansen biedt	NRC Handelsblad	23-feb-11
Theater Spant! zelfstandig	NRC Handelsblad	25-feb-11
Zijlstra: rijkssubsidie snel hervormen	NRC Handelsblad	25-feb-11
Rijksmuseum vol met kunstenaars	de Telegraaf	28-feb-11
Ze betalen die btw-verhoging uit eigen zak;	NRC.Next	28-feb-11
honderden individuele kunstenaars organiseren zich en protesteren tegen de bezuinigingen van het kabinet		
Collectief kuchen voor behoud cultuur	NRC Handelsblad	28-feb-11
Provincies bezuinigen ook	NRC Handelsblad	01-mrt-11
Collectieve goederen	de Telegraaf	05-mrt-11
Thuis in bibliotheek; de kunstschouw	NRC Handelsblad	08-mrt-11
Cultuurhoofdstad kan zo echt niet	Algemeen Dagblad	10-mrt-11
Kwaliteit alleen is niet meer voldoende; kunstraad	de Volkskrant	10-mrt-11
	Financieele	
Blazer leert naast de partituren ook de balans lezen	Dagblad	14-mrt-11
Bij ons is het papieren boek nog oppermachtig	Algemeen Dagblad	15-mrt-11
De overheid snoeit, de cultuur bloeit;	NRC Handelsblad	17-mrt-11
prijsvraag levert creatieve ideeën op voor de financiering van kunst en cultuur		
Kunsten '92: Zijlstra zet Kamers buitenspel	NRC Handelsblad	22-mrt-11
Schande dat NOS geen regionieuws brengt;	NRC Handelsblad	23-mrt-11
VVD neemt met mediaplan voorschot op onderzoek van Van Bijsterveldt naar publieke omroep		
Kamer steunt eerder korten cultuursector	Algemeen Dagblad	24-mrt-11
Ingreep in kunstsubsidies jaar eerder dan verwacht	de Volkskrant	24-mrt-11
Kunst moet jaar eerder 200 miljoen bezuinigen; sneller snoeien levert Zijlstra 150 miljoen euro op	NRC Handelsblad	24-mrt-11
Liever een gulle schenker dan een vriend;	NRC Handelsblad	24-mrt-11
schouwburen willen hun vrienden niet pampieren, maar opleiden tot donateur		
Red de klassieke stem; Ernst Daniel verbijsterd over schrappen Una voce particolare	de Telegraaf	26-mrt-11
Meer grote namen en minder experiment in de theaters	NRC Handelsblad	26-mrt-11
Dans moet meer samenwerken; nieuwe directeur van Dansgroep Amsterdam wil 'samen bezuinigen'	NRC Handelsblad	28-mrt-11
Kunstwereld legt nieuw subsidiestelsel op tafel. Rol van de overheid wordt aanzienlijk kleiner	de Volkskrant	29-mrt-11

Anders ga ik emigreren; Jonge kunstenaars over het belang van het startstipendium	NRC Handelsblad	29-mrt-11
Kunstsector heeft voor het eerst één visie	NRC Handelsblad	29-mrt-11
Kunstensector komt zelf met bezuinigingsplan	Algemeen Dagblad	30-mrt-11
Brik	de Volkskrant	30-mrt-11
Kunstensector bereikt akkoord over nieuw bestel; nieuws tafel van zes	de Volkskrant	30-mrt-11
Dit mag in de krant: de kunstensector komt met één visie	NRC.Next	30-mrt-11
Tafel van zes: kunstsubsidies strenger	NRC Handelsblad	30-mrt-11
Dit is de pas afsnijden, pootje lichten	de Volkskrant	30-mrt-11

Bijlage 5. Codeboek

Var	Naam variabele	Aanvullende informatie	Codering
A01	Nummer	Identificatienummer artikel	1,2,3,etc.
A02	Datum	Datum	dd-mm-jjjj
A03	Dag	Dag van de week	1 = maandag
			2 = dinsdag
			3 = woensdag
			4 = donderdag
			5 = vrijdag
			6 = zaterdag
			7 = zondag
A04	Periode	30-09-2010 / 1-01-2011 (periode 1)	1 = periode 1
		of 01-01-2011 / 01-04-2011 (periode 2)	2 = periode 2
A05	Krant	Naam krant	1 = Algemeen Dagblad
			2 = de Telegraaf
			3 = NRC Handelsblad
			4 = NRC.Next
			5 = de Volkskrant
			6 = Trouw
			7 = het Financieele Dagblad
A06	Bron	Type bron	0 = onbekend
			1 = journalist(en)
			2 = redactie
			3 = professionele(n)
			4 = ANP (of een ander persbureau)
			9 = overige
A07	Naam bron 1	Naam journalist, redacteur, professionele of persbureau	
A08	Naam bron 2	Naam journalist, redacteur, professionele of persbureau	
A09	Paginanummer	Paginanummer	1,2,3,etc.
A10	Plaats	Plek in het landelijk dagblad	1 = voorpagina
			2 = overige plaats
A11	Zoekterm	Cultuur & ...	1 = bezuinigen
			2 = tekort
			3 = schreeuw
			4 = wijzigen
			5 = financiering
A12	Woorden	Aantal woorden van het artikel	Aantal

B01	Genre	Kenmerken: goed & duidelijk & snel informeren, ca. 300 woorden, 1 onderwerp, antwoord op alle vragen	1 = nieuwsbericht
		Kenmerken: actueel verhaal, meerdere bronnen, gemiddeld niet meer dan 1000 woorden	2 = nieuwsverhaal
		Kenmerken: een journalist geeft ter plekke een beschrijving van een gebeurtenis	3 = verslag
		Kenmerken: vraaggesprek tussen journalist(en) en nieuwsbronnen	4 = interview
		Kenmerken: journalistiek verslag van een oor-, oog, en reukgetuige	5 = reportage
		Kenmerken: het verhaal van een journalist die met diverse bronnen en vaardigheden achtergrond/informatie geeft	6 = achtergrondverhaal
		Kenmerken: schets van een man/vrouw met een duidelijke binding met de actualiteit	7 = profiel/schets
			9 = overige (specificeren)
C01	Titel	De volledige titel van het artikel	
C02	Titel en zoekterm	1 (of meerdere) zoekterm komt voor in de titel	1 = ja, specifiek 'cultuur'
			2 = ja, specifiek 'bezuinigen'
			3 = ja, specifiek 'tekort'
			4 = ja, specifiek 'schreeuw'
			5 = ja, specifiek 'wijzigen'
			6 = ja, specifiek 'financiering'
			7 = ja, meerdere termen
			8 = nee
D01	Aandeel	Focus op (veranderende) culturele financiering	1 = klein (<1/3e)
			2 = middel (1/3e - 2/3e)
			3 = groot (>2/3e)
D02	Sector(en)	De inhoud gaat voornamelijk over de sector aangeduid door de Raad voor Cultuur	1 = amateurkunst
			2 = cultuureducatie
			3 = archieven
			4 = architectuur
			5 = stedenbouw
			6 = monumenten
			7 = archeologie
			8 = landschapsarchitectuur
			9 = beeldende kunst
			10 = vormgeving
			11 = bibliotheken
			12 = letteren
			13 = cultuurbezit
			14 = eCultuur
			15 = film
			16 = media
			17 = musea
			18 = podiumkunsten
			19 = cultuur als verzamelnaam
			99 = overige
D03	Issues	In zowel titel als inleidende paragraaf als in de context van de zoekterm	1 = protest

		'cultuur' wordt het issue genoteerd	
			2 = wijziging van btw
			3 = wijziging financiële bijdrage(n)
			4 = wijziging cultuurkaart jongeren
			5 = wijziging WWIK
			6 = effecten van wijziging(en) algemeen
			7 = gevoel (emotie)
			8 = vergelijking(en) met buitenland
			9 = aanbod versus vraag
			10 = zelffinanciering
			11 = geefwet
			12 = crowdfunding
			13 = mecenaat
			14 = prijzen
			15 = sponsoring
			16 = donaties
			17 = vrienden van
			18 = vrijwilligers
			19 = partners
			20 = private fondsen
			21 = vraagfinanciering
			22 = cultureel beleggen
			23 = rol van de overheid
			24 = relatie overheid en kunsten
			25 = artistieke ontwikkeling
			26 = EU norm bestedingen
			27 = miljoenennota
			28 = lobby
			29 = organisatiestructuur cult. instelling(en).
			30 = stemmen bij verkiezingen
			99 = overige
D04	Toonzetting	Bewoording in relatie tot de (veranderende) culturele financiering	1 = positief
			2 = neutraal
			3 = negatief
E01	Actor	Belichting van de meest genoemde/aanwezige actor via quotes, parafrasering, etc.	1 = (Mark) Rutte
			2 = (Geert) Wilders
			3 = (Halbe) Zijlstra
			4 = (Marja) van Bijsterveldt
			5 = andere Nederlandse politici
			6 = Ministerie van OCW
			7 = Raad voor Cultuur
			8 = Tafel van Zes
			9 = G9
			10 = Kunsten '92

			11 = andere culturele professionele (n)
			12 = kabinet
			13 = overige (individuen of groepen)
			99 = geen actoren
F01	Verantwoordelijkheidsframe	Suggereert het artikel dat de overheid het probleem/onderwerp kan verzachten?	1 = ja 2 = nee
F02	Verantwoordelijkheidsframe	Suggereert het artikel dat de overheid verantwoordelijk is voor het probleem/onderwerp?	1 = ja 2 = nee
F03	Verantwoordelijkheidsframe	Behandelt het artikel mogelijke oplossingen voor het probleem/onderwerp?	1 = ja 2 = nee
F04	Verantwoordelijkheidsframe	Suggereert het artikel dat een individu of groep verantwoordelijk is voor het probleem/onderwerp?	1 = ja 2 = nee
F05	Verantwoordelijkheidsframe	Veronderstelt het artikel dat het probleem/onderwerp dringend om actie vraagt?	1 = ja 2 = nee
F06	Human-interest frame	Geeft het artikel een menselijk gezicht aan het onderwerp?	1 = ja 2 = nee
F07	Human-interest frame	Maakt het artikel gebruik van bijv. naamwoorden of persoonlijke kenschetsen die betrekking hebben op belediging enz.?	1 = ja 2 = nee
F08	Human-interest frame	Legt het artikel nadruk op hoe het probleem/onderwerp individuen of groepen raakt?	1 = ja 2 = nee
F09	Human-interest frame	Duikt het artikel in het privéleven of de persoonlijke omstandigheden van de actoren?	1 = ja 2 = nee
F10	Conflict frame	Geeft het artikel onenigheid/meningsverschil/conflict weer tussen individuen, groepen of instanties?	1 = ja 2 = nee
F11	Conflict frame	Maken individuen, groepen of instanties in het artikel elkaar verwijten?	1 = ja 2 = nee
F12	Conflict frame	Geeft het artikel meerdere kanten van eenzelfde onenigheid/meningsverschil/conflict weer?	1 = ja

			2 = nee
F13	Conflict frame	Spreekt het artikel over winnaars of verliezers?	1 = ja 2 = nee
F14	Moraliteitsframe	Bevat het artikel een boodschap met een moraal?	1 = ja 2 = nee
F15	Moraliteitsframe	Biedt het artikel sociale voorschriften over gewenst gedrag?	1 = ja 2 = nee
F16	Moraliteitsframe	Refereert het artikel aan moraliteit, God, of andere religieuze grondstellingen?	1 = ja 2 = nee
F17	Economisch-gevolgenframe	Refereert het artikel aan financiële winst of verlies, op dit moment of in de toekomst?	1 = ja 2 = nee
F18	Economisch-gevolgenframe	Worden kosten en investeringen (moeite) behandeld in het artikel?	1 = ja 2 = nee
F19	Economisch-gevolgenframe	Bevat het artikel de economische gevolgen van het wel of niet vervolgen van de handelswijze?	1 = ja 2 = nee

Bijlage 6. Betrouwbaarheid en samenhang 'frameworken'

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Het artikel behandelt mogelijke oplossingen voor het probleem/onderwerp	5,03	1,178	,371	,536
Het artikel suggereert dat een individu of groep verantwoordelijk is voor het probleem/onderwerp	5,01	1,229	,315	,571
Het artikel veronderstelt dat het probleem/onderwerp dringend om actie vraagt	5,29	1,290	,427	,509
Het artikel suggereert dat de overheid het probleem/onderwerp kan verzachten	5,33	1,323	,449	,505
Het artikel suggereert dat de overheid verantwoordelijk is voor het probleem/onderwerp	5,27	1,420	,249	,595

Verantwoordelijkheidsframe: Cronbach's Alfa if Item Deleted.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Het artikel geeft een menselijk gezicht aan het probleem/onderwerp	4,92	,824	,433	,439
Het artikel maakt gebruik van bijvoeglijk naamwoorden of persoonlijke kenschetsen die betrekking hebben op belediging etc.	4,84	1,071	,179	,630
Het artikel legt nadruk op hoe het probleem/onderwerp individuen of groepen raakt	5,24	,863	,341	,520
Het artikel duikt in het priveleven of de persoonlijke omstandigheden van de actor(en)	4,83	,847	,503	,392

Human-interestframe: Cronbach's Alfa if Item Deleted.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Het artikel geeft onenigheid/meningsverschil/conflict weer tussen individuen, groepen of instanties	4,92	,943	,663	,431
In het artikel maken individuen, groepen of instanties elkaar verwijten	4,70	,964	,557	,504
Het artikel geeft meerdere kanten weer van eenzelfde onenigheid/meningsverschil/conflict	4,60	1,205	,306	,681
Het artikel spreekt over winnaars of verliezers	4,49	1,297	,273	,693

Conflictframe: Cronbach's Alfa if Item Deleted.

	Component	
	1	2
Het artikel suggereert dat de overheid het probleem/onderwerp kan verzachten	,888	,067
Het artikel suggereert dat de overheid verantwoordelijk is voor het probleem/onderwerp	,885	-,158
Het artikel behandelt mogelijke oplossingen voor het probleem/onderwerp	,066	,837
Het artikel suggereert dat een individu of groep verantwoordelijk is voor het probleem/onderwerp	-,032	,882
Het artikel veronderstelt dat het probleem/onderwerp dringend om actie vraagt	,570	,411

Verantwoordelijkheidsframe: rotated component matrix.

	Component	
	1	2
Het artikel geeft een menselijk gezicht aan het probleem/onderwerp	,877	,055
Het artikel maakt gebruik van bijvoeglijk naamwoorden of persoonlijke kenschetsen die betrekking hebben op belediging etc.	-,071	,885
Het artikel legt nadruk op hoe het probleem/onderwerp individuen of groepen raakt	,355	,629
Het artikel duikt in het priveleven of de persoonlijke omstandigheden van de actor(en)	,873	,134

Human-interestframe: rotated component matrix.

	Component	
	1	2
Het artikel geeft onenigheid/meningsverschil/conflict weer tussen individuen, groepen of instanties	,749	,465
In het artikel maken individuen, groepen of instanties elkaar verwijten	,442	,704
Het artikel geeft meerdere kanten weer van eenzelfde onenigheid/meningsverschil/conflict	,916	-,114
Het artikel spreekt over winnaars of verliezers	-,110	,901

Conflictframe: rotated component matrix.

	Component
	1
Het artikel bevat een boodschap met een moraal	,878
Het artikel biedt sociale voorschriften over gewenst gedrag	,887
Het artikel refereert aan moraliteit, God of andere religieuze grondstellingen	,778

Moraliteitsframe: component matrix.

	Component
	1
Het artikel refereert aan financiële winst of verlies, op dit moment of in de toekomst	,848
Het artikel behandelt kosten en investeringen (moeite)	,860
Het artikel bevat de economische gevolgen van het wel of niet vervolgen van de handelswijze	,804

Economisch-gevolgenframe: component matrix.