



het aanzien van  
wereldnieuws  
in beeld  
**2004**



## Blik op de terugblik

Een onderzoek naar het selectieproces van drie jaarboeken van 2004:  
*Het aanzien van 2004* – één jaar wereldnieuws in beeld, *Dit was 2004*,  
*Het jaar 2004* – emotie in nieuws en sport.



*Dit was*  
**2004**

Wolters



Als nieuws niet *nieuw* meer is

Master media & Journalistiek, Erasmus Universiteit Rotterdam  
Faculteit der Historische en Kunstwetenschappen

Esther de Bruin  
Voorburgstraat 138a  
3037 PR Rotterdam  
esbruin@hotmail.com

Begeleider: M. Roholl

## **Dankwoord**

*‘Hoezeer een rivier zich ook voort mag kronkelen, uiteindelijk bereikt zij toch de zee’.*

Een scriptie schrijven is keuzes maken. Iets wat ik na ruim zes jaar studeren nog altijd niet onder de knie heb! Eén keuze was echter snel gemaakt: mijn scriptie zou op tijd klaar zijn voor de afstudeerdatum! En binnen het proces van schrijven is dat wel een vreemde keuze: immers, dingen kunnen anders lopen dan gepland. Met een oogoperatie in het verschiet stond er dan ook een behoorlijk obstakel op de weg. Met een langer herstel dan verwacht, kwam de datum dan ook snel dichterbij. Inmiddels weet ik dat het schrijven van een scriptie overtuiging en doorzettingsvermogen vergt.

Uiteraard heb ik het allemaal niet alleen gedaan! De hulp van velen is voor mij onmisbaar geweest. Het is onmogelijk iedereen op deze plek te bedanken, maar ik wil aan een aantal mensen toch niet voorbij gaan.

Ten eerste wil ik de mensen bedanken die ervoor gezorgd hebben dat ik met een tevreden gevoel kan terugkijken op deze scriptie.

De samenstellers van de jaarboeken, Han van Bree en Paul Rijkema wil ik bedanken voor hun bereidheid tijd voor mij vrij te maken. Jullie kennis en ervaringen zijn van grote waarde geweest voor deze scriptie.

Louis Zweers wil ik bedanken voor het feit dat hij altijd tijd vond om mijn vragen te beantwoorden. Zijn kennis en enthousiasme op het gebied van foto-onderzoek zijn niet alleen zeer groot, maar hebben er ook voor gezorgd dat dit terrein nu ook mijn bijzondere interesse heeft.

Martijn Kleppe ben ik ook veel dank verschuldigd. Niet alleen heeft hij veel kennis in huis met betrekking tot de jaarboeken en fotografie, ook wist ik door zijn praktische benadering de structuur weer terug te vinden. Ik heb onze gesprekken dan ook als zeer waardevol beschouwd.

Mijn grote dank wil ik uitspreken aan Marja Roholl. Hoewel we vanuit verschillende invalshoeken dit onderzoek benaderden, slaagden we er uiteindelijk in beiden enthousiast te raken. Je hoort niet vaak iemand die zo tevreden is over de scriptiebegeleiding als ik. Mijn doel, afstuderen voor september, stond altijd voorop. Bedankt daarvoor!

Naast deze professionals wil ik mijn tweelingzus Monique bedanken voor alle keren dat zij haar vrije donderdag opofferde om ‘foto’s te tellen’. Zonder mokken en zonder vragen ben je aan de slag gegaan. Jouw –onvoorwaardelijke- bereidheid om anderen te helpen is uniek en een voorbeeld voor mij!

Deze scriptie is het einde van een periode waar ik de rest van mijn leven met veel plezier aan terug zal denken. Velen zijn daar verantwoordelijk voor geweest, die ik hier niet allen bij naam kan noemen. Vriendinnen, dispuutgenootjes en studiegenoten hebben bijgedragen aan een fantastische studententijd. Bedankt dat jullie me door de 'laatste loodjes' hebben gesleept!

Paul bedankt voor je hulp bij de excel-bestanden! Jij bent waarschijnlijk ook blij dat het er eindelijk op zit!

En 'last but not least' wil ik mijn ouders bedanken. Een tweede studie is een luxe die niet voor iedereen is weggelegd. Bedankt voor jullie vertrouwen in mij!

*De tijd is rijp, de vraag is alleen waarvoor!*

**Esther de Bruin**, september 2005

## **Inhoud**

<b>DANKWOORD .....</b>	<b>4</b>
<b>INHOUD .....</b>	<b>6</b>
<b>INLEIDING .....</b>	<b>11</b>
Jaaroverzichten.....	11
Nut van onderzoek .....	11
Onderzoeksbronnen.....	12
Onderzoeksgebied .....	13
Opzet .....	14
Eerder onderzoek.....	14
Vraagstelling .....	17
Deelvragen .....	17
Indeling.....	17
<b>HOOFDSTUK 1 THEORETISCH KADER.....</b>	<b>19</b>
<b>Inleiding.....</b>	<b>19</b>
<b>1.1 Nieuws .....</b>	<b>19</b>
1.1.1 Wat is nieuws? .....	20
<b>1.2 Nieuwsproductie .....</b>	<b>21</b>
1.2.1 Het netwerk van nieuwsproductie en de rol van de journalist .....	21
1.2.2 Gatekeeping.....	22
1.2.3 Nieuwsfactoren en selectiecriteria .....	24
<b>1.3 Fotojournalistiek .....</b>	<b>28</b>
1.3.1 Fotografie: een nieuw medium.....	28
1.3.2 Fotoselectie: selectiemomenten in de totstandkoming van het beeld .....	29
1.3.3 Fotoselectie: de keuze voor een foto .....	31
1.3.4 Eigenschappen van een (goede) nieuwsfoto .....	32
1.3.5 Semiologie.....	33
1.3.6 Veranderingen in de relatie tussen tekst en beeld .....	35
<b>1.4 Veranderingen in het communicatielandschap .....</b>	<b>36</b>
<b>1.5 Tot slot.....</b>	<b>36</b>
<b>HOOFDSTUK 2 DE ONDERZOEKSOPZET.....</b>	<b>38</b>
<b>Inleiding.....</b>	<b>38</b>

---

<b>2.1 Onderzoeksmethodes</b> .....	<b>38</b>
2.1.1 Selectieproces: interviews .....	39
2.1.2 De onderwerpkeuze en de presentatie: kwantitatieve inhoudsanalyse .....	40
<b>2.1.3 Kwalitatieve analyse aan de hand van drie case studies</b> .....	<b>43</b>
<b>2.2 Onderzochte bronnen</b> .....	<b>44</b>
<b>2.3 Definitie van de gebruikte begrippen</b> .....	<b>46</b>
<b>HOOFDSTUK 3 IDENTITEIT EN SELECTIE</b> .....	<b>52</b>
<b>Inleiding</b> .....	<b>52</b>
<b>3.1 Ontstaan en identiteit jaarboek</b> .....	<b>52</b>
3.1.1 Het aanzien van 2004, twaalf maanden wereldnieuws in beeld .....	52
3.1.2 Dit was 2004 .....	53
3.1.3 Het jaar 2004, emotie in nieuws en sport.....	54
<b>3.2 Indeling en fysieke kant boeken</b> .....	<b>54</b>
3.2.1 Omslag en indeling van de jaarboeken .....	54
3.2.2 De fysieke kant van de boeken .....	59
<b>3.3 Samenstellen van het overzicht</b> .....	<b>60</b>
3.3.1 Het aanzien van 2004, twaalf maanden wereldnieuws in beeld .....	61
3.3.2 Dit was 2004 .....	65
3.3.3 Het jaar 2004, emotie in nieuws en sport.....	67
<b>3.4 Marketing</b> .....	<b>70</b>
<b>3.4 Conclusie</b> .....	<b>72</b>
<b>3.5 Tot slot</b> .....	<b>77</b>
<b>HOOFDSTUK 4 DE KWANTITATIEVE INHOUDSANALYSE</b> .....	<b>78</b>
<b>Inleiding</b> .....	<b>78</b>
<b>4.1 De onderwerpen</b> .....	<b>78</b>
<b>4.2 Soort nieuws</b> .....	<b>80</b>
<b>4.3 Binnenlands, buitenlands en Belgisch nieuws</b> .....	<b>82</b>
<b>4.4 Tekst en fotooverhouding</b> .....	<b>82</b>
4.4.1 Verdeling per pagina.....	83
4.4.2 Verdeling per gebeurtenis. ....	85
<b>4.5 Extra informatie</b> .....	<b>87</b>

<b>4.6 De teneur .....</b>	<b>89</b>
<b>4.7 Herkomst foto: fotograaf of fotopersbureau? .....</b>	<b>92</b>
<b>4.8 De inhoud van de foto's .....</b>	<b>92</b>
4.8.1 Kleur of zwart-wit .....	92
4.8.2 Wat geeft de foto betekenis? .....	93
4.8.3 Emotie .....	94
4.8.4 Beweging.....	95
4.8.5 (Gewonde) slachtoffers zichtbaar?.....	96
<b>4.9 Conclusie .....</b>	<b>96</b>
<b>HOOFDSTUK 5 CASESTUDIES .....</b>	<b>99</b>
<b>Inleiding.....</b>	<b>99</b>
<b>5.1 Het overlijden van prinses Juliana en prins Bernhard.....</b>	<b>100</b>
5.1.1 Het aanzien van 2004 .....	100
5.1.2 Dit was 2004.....	102
5.1.3 Het jaar 2004 .....	103
5.1.4 Conclusie .....	106
<b>5.2 De moord op Theo van Gogh .....</b>	<b>107</b>
5.2.1 Het aanzien van 2004 .....	107
5.2.2 Dit was 2004.....	109
5.2.3 Het jaar 2004 .....	110
5.2.4 Conclusie.....	111
<b>5.3 Sport in 2004: het EK voetbal en de Olympische Spelen.....</b>	<b>112</b>
5.3.1 Het aanzien van 2004 .....	112
5.3.2 Dit was 2004.....	114
5.3.3 Het jaar 2004 .....	115
5.3.4 Conclusie .....	117
<b>5.5 Tot slot.....</b>	<b>117</b>
<b>CONCLUSIE .....</b>	<b>119</b>
<b>6.1 Hoe kiezen de jaarboeken?.....</b>	<b>120</b>
<b>6.2 Wat kiezen de jaarboeken? .....</b>	<b>121</b>
<b>6.3 Presentatie.....</b>	<b>125</b>
<b>6.4 Conclusie .....</b>	<b>126</b>
<b>6.5 Tot slot.....</b>	<b>127</b>



<b>SLOTBESCHOUWING.....</b>	<b>129</b>
<b>LITERATUUR.....</b>	<b>132</b>
<b>BIJLAGEN.....</b>	<b>136</b>



## **Inleiding**

### **Jaaroverzichten**

Jaaroverzichten geven een beeld van de gebeurtenissen in het afgelopen jaar. Dit zijn vaak opzienbarende en schokkende gebeurtenissen. Maar er is ook ruimte voor andere gebeurtenissen die de gemoederen dagenlang hebben beziggehouden, zoals sport en het weer. De waarde van actuele gebeurtenissen is wel betrekkelijk. Pas na jaren zal duidelijk worden welke gebeurtenissen kenmerkend zijn geweest voor maatschappelijke ontwikkelingen.

We kennen jaaroverzichten in allerlei vormen. Zo waren er onder andere de bekende jaaroverzichten van het *Polygoon*, maar ook de huidige journaals (NOS en RTL) hebben een overzicht. Er zijn jaarboeken, zoals de bekende *Het aanzien van*-boeken die al jaren uitgegeven worden, en ook kranten hebben een jaaroverzicht. Dit kan in de vorm van een papieren bijlage bij de laatste krant van het jaar, maar soms wordt ook door de redactie van een krant een boek uitgegeven. *De Telegraaf* geeft sinds 1998 zo'n jaarboek uit. *De Volkskrant* heeft dit in het verleden ook gedaan, maar is er om mij onbekende redenen mee gestopt.

Het jaar 2004 was een bewogen jaar: de oorlog in Irak, het gijzelingsdrama in Beslan, de aanslagen in Madrid, de moord op Theo van Gogh en de Tsunami in Azië. Gebeurtenissen die de gemoederen behoorlijk hebben beziggehouden. Maar er gebeurde meer. Scoubidou was een grote rage en de NOS verloor de uitzendrechten voor het eredivisievoetbal.

Wanneer je terugblijkt op een jaar zal dit niet bij iedereen dezelfde beelden en gebeurtenissen oproepen. Wat als nieuws wordt beschouwd en wat voor iemand belangrijk is, is persoonlijk en cultureel bepaald. Bovendien is er geen sprake meer van *nieuws* (iets dat we nog niet kennen), maar behandelen de jaaroverzichten juist het tegengestelde. Verondersteld wordt dat juist de herkenbaarheid van de nieuwsgebeurtenissen in de jaarboeken van belang is. Het is een terugblik, dus je weet al dat het nieuws *was*.

### **Nut van onderzoek**

Een jaarboek is dus een apart journalistiek product. Het is geen nieuws, maar een terugblik op het nieuws. Jaarboeken leggen als het ware het nieuws van het afgelopen jaar vast. Daarmee verschilt uiteraard de werkwijze met die van 'samenstellers' van het dagelijks nieuws. Er is dus geen sprake meer van *nieuws*. Bovendien zijn jaarboeken een terugblik op het afgelopen jaar. Nieuwsgebeurtenissen kunnen daardoor in een bredere context worden geplaatst. De samensteller van een jaarboek heeft dan ook andere keuzemogelijkheden. Sommige kwesties zullen afgerond zijn, andere processen lopen nog door. Hoe gaat de samensteller van het jaarboek hiermee om?

Er is nauwelijks inzicht in de manier waarop jaarboeken worden samengesteld. Dit is verwonderlijk, omdat de jaarboeken erg populair zijn en daardoor een grote speler op de boekenmarkt. Volgens een kleine inventarisatie door de samensteller van *Het aanzien van* is er grote overeenkomst in de onderwerpkeuze<sup>1</sup>. De verschillen zouden hoogstens zitten in details en de manier waarop gebeurtenissen worden verwoord of verbeeld. Het is interessant om te bekijken of dat inderdaad zo is. Bovendien verschaft zijn onderzoek ons geen inzicht in vragen als: hoe verloopt het selectieproces van de onderwerpen? En hoe verloopt de selectie van de foto's? Hoe worden de onderwerpen gepresenteerd? En wat is de invloed van de doelgroep op de selectie en de presentatie van de onderwerpen? Met dit onderzoek hoop ik een antwoord te vinden op bovenstaande vragen.

### Onderzoekbronnen

Zoals gezegd zullen in dit onderzoek jaarboeken als onderzoekbron worden gebruikt. Jaarboeken 'doen' het altijd goed. Vele Nederlanders hebben een verzameling jaarboeken in hun kast staan. Jaarlijks worden zo'n 100.000 boeken van de reeks *Het aanzien van* verkocht, waardoor deze stevast in de top tien van de best verkochte boeken van het jaar komt.<sup>2</sup> Het jaarboek van *De Telegraaf, Het jaar 2004, emotie in nieuws en sport*, verkocht in 2004 maar liefst 110.000 stuks.<sup>3</sup>

Nederlanders blijken een volk van 'lijstjes' en 'sparen'.<sup>4</sup> Een combinatie van deze begrippen komt bij de jaaroverzichten samen. Het bladeren in een jaarboek veroorzaakt een gevoel dat te vergelijken is met het bladeren in een fotoalbum. Het roept een herinnering op, aan een tijd en gebeurtenissen waar men deelgenoot van is geweest, zij het op afstand.

Uit de reacties van een aantal mensen die op zoek zijn naar een bepaalde uitgave van *Het aanzien van* blijkt dat de redenen om het boek uit de reeks aan te schaffen erg divers zijn:

"Ik ben geen specifieke fan van het jaarboek. Ik ben dramaschrijver van beroep en ga een muziektheaterproductie schrijven die zich afspeelt rond het begin van de jaren tachtig. Vandaar dat ik op zoek ben naar delen uit die tijd."

"Ik heb "*Het aanzien van 1992*" aangeschaft om het later aan mijn zoon te kunnen geven (hij is zoals je zult begrijpen geboren in 1992). Zelf had ik ook wel op het idee kunnen komen op het moment dat mijn zoon is geboren, maar daar heb ik nooit bij stilgestaan, totdat ik een relatie kreeg met mijn huidige echtgenoot. Hij

---

<sup>1</sup> Door Han van Bree, samensteller van *Het aanzien van*, is gekeken naar de keuze van de nieuwsgebeurtenissen in verschillende jaarboeken. Volgens hem bestaat er consensus over wat men als nieuws beschouwd, en zitten verschillen hoogstens in details.

<sup>2</sup> [www.hetaanzienvan.nl](http://www.hetaanzienvan.nl) bezocht op 29 januari 2005

<sup>3</sup> Zie bijlage I, interview Paul Rijpkema

<sup>4</sup> Dit blijkt onder andere uit de populariteit van de dvd's 'Uw geboortjaar in beeld'. Deze worden op initiatief van het Nederland Instituut voor Beeld en Geluid en Realeyes Media Productions uitgegeven. De dvd geeft een overzicht van de gebeurtenissen in een jaar, vastgelegd door het *Polygoon*. Er lijkt een ware hype te zijn ontstaan rondom *retro* jaaroverzichten. Jaaroverzichten worden op deze wijze persoonlijk gemaakt. Zie [www.uwgeboortjaarinbeeld.nl](http://www.uwgeboortjaarinbeeld.nl)

had voor alle drie zijn kinderen de boeken aangeschaft. Twee ervan zijn inmiddels de deur uit en hebben hun boek meegekregen met een persoonlijke boodschap erin. Wij zijn dus geen verzamelaars, maar het is puur een emotionele kwestie.”

“Toen mijn vader overleed heb ik zijn verzameling ‘aanzien van’-boeken overgenomen. Nadien ben ik ze blijven kopen, om de reeks compleet te houden.”<sup>5</sup>

Jaarboeken zijn dus, om diverse redenen, erg populair. Wellicht verklaart dat het succes van de reeks. De boeken kunnen om vele uiteenlopende redenen worden aangeschaft. Maar voor welke doelgroep worden de boeken gemaakt?

De boeken van *Het aanzien van* zijn al sinds 1962 een begrip. Gaandeweg zijn er nieuwe spelers op de markt gekomen. In dit onderzoek zullen drie jaarboeken van 2004 bestudeerd worden, te weten:

- *Het aanzien van 2004, het jaar in woord en beeld*. Uitgeverij Spectrum
- *Dit was 2004*. Winkler Prins, Uitgeverij Spectrum
- *Het jaar 2004, emotie in nieuws en sport*. De Telegraaf Media Groep

De drie jaarboeken zal ik analyseren op vorm en inhoud. Ook komt het selectieproces aan bod. Dit onderzoek richt zich dus op jaarboeken over nieuwsgebeurtenissen van 2004.

## Onderzoeksgebied

Gezien de beperkte tijd voor dit onderzoek is het noodzakelijk het onderzoeksgebied af te bakenen. Daarom is ervoor gekozen alleen de jaarboeken van 2004 te behandelen in dit onderzoek. Enerzijds uit praktische overwegingen. De samenstellers van de overzichten zullen makkelijker te achterhalen zijn en bovendien de keuzes die zij hebben moeten maken nog ‘vers in het geheugen hebben’. Anderzijds geeft het ook de actuele situatie weer. Hoe is de huidige werkwijze van de spelers op deze markt? Bovendien is 2004 een interessant onderzoeksjaar, omdat dit het eerste jaar is met drie boeken. Met *Dit was 2004* is er een nieuwe speler op de markt gekomen.

Deze aanpak geeft dus voldoende mogelijkheden tot een diepgaande analyse van de jaarboeken van 2004. Oftewel: hoe is de huidige werkwijze en presentatie. Beperking van het onderzoek is, dat op deze wijze geen mogelijkheid is tot diepgaande analyse van processen. Immers, processen en ontwikkelingen in de werkwijze zullen met dit onderzoek moeilijker te achterhalen zijn, omdat ik mij alleen op jaarboeken van 2004 richt.

Het zou ook interessant zijn geweest te kijken naar mediums specifieke elementen en kenmerken, en dus een media-vergelijkend onderzoek te doen. Bijvoorbeeld door te kijken naar jaaroverzichten op televisie, in

---

<sup>5</sup> Op de website van het aanzien van, [www.hetaanzienvan.nl](http://www.hetaanzienvan.nl), is ook een zogenaamde ‘ruilbeurs’. Mensen kunnen hier een oproep plaatsen of een uitgave van een jaarboek aanbieden. Begin juli is een aantal mensen die een oproep plaatsten benaderd. Getracht werd te achterhalen welke motivatie zij voor aanschaf hebben.

kranten en in boeken. Ook deze dimensie valt buiten het kader van mijn onderzoek, maar is zeker nader onderzoek waard.

Nieuwsselectie is ook cultureel bepaald. Een internationaal vergelijkend onderzoek tussen jaaroverzichten uit verschillende landen kan de invloed daarvan 'zichtbaarder' maken. Vanwege de beperkingen in dit onderzoek is van de mogelijkheden afgezien.

### Opzet

Centraal in dit onderzoek staat het selectieproces van onderwerp en foto, en de presentatie daarvan. In hoofdstuk 2 zal uitgebreid ingegaan worden op de onderzoeksmethodes. Het onderzoek is als het volgt georganiseerd:

1. Interviews met de samenstellers moeten meer inzicht geven in het selectieproces. Op deze wijze kunnen theorieën op het gebied van nieuws en selectie geconcretiseerd en getoetst worden. Ook wordt de invloed van de samenstellers op deze wijze inzichtelijk.
2. Kwantitatieve inhoudsanalyse van de drie boeken in zijn geheel zal een overzicht geven van de inhoud van de boeken.
3. Kwalitatieve analyse aan de hand van casestudies geeft meer inzicht en illustreert de resultaten uit de interviews en de inhoudsanalyse.

Schematisch ziet de onderzoeksopzet er als het volgt uit:

Doel	Middel
Onderzoek in context plaatsen.	Theorie
Selectieproces achterhalen → hoe komt de onderwerp- en fotokeuze tot stand?	Interviews met samenstellers
Uitkomsten selectieproces inventariseren → welke gebeurtenissen worden in het jaarboek opgenomen en op welke wijze worden ze gepresenteerd?	Kwantitatieve inhoudsanalyse
Illustreer van resultaten uit kwantitatieve inhoudsanalyse	Casestudies

### Eerder onderzoek

Eerder onderzoek naar de selectie bij jaarboeken is er niet gedaan. Dat is jammer, want daar zou je de resultaten tegen af kunnen zetten. Wel zijn er een aantal onderzoeken die mijn onderzoeksgebied raken.

Allereerst het onderzoek van Luijendijk<sup>6</sup> naar de fotoselectie bij kranten. Hoewel dit onderzoek gedateerd is (1983) komt de opzet overeen met dit onderzoek. In beide onderzoeken wordt getracht te achterhalen hoe het selectieproces in zijn werk gaat. Luijendijk heeft fotoredacteuren van acht kranten gevraagd bij te houden waarom een foto wel of niet in aanmerking komt voor plaatsing in de krant. Ook heeft Luijendijk interviews gehouden met de fotoredacteuren. Op deze manier konden redacteurs hun keuzes verantwoorden. Door motivaties voor hun keuzes te achterhalen heeft zij geprobeerd hun werkwijze inzichtelijk te maken en selectiecriteria op te stellen. Belangrijkste conclusies van het onderzoek is dat het beeld ondergeschikt was aan het geschreven bericht en vaak puur ter illustratie diende. Er kwamen vier argumenten naar voren om voor een foto te kiezen. Ten eerste moest een foto inhoudelijk goed zijn. Maar wat een foto een goede foto maakt, bleek lastig te definiëren. Tweede factor was snelheid. Foto's van grote persbureaus werden om die reden sneller geplaatst. De derde factor was de herkomst van de foto. Het financiële aspect speelde daarbij een belangrijke rol. Hoewel liever gebruik werd gemaakt van foto's van eigen fotografen werd om die reden toch vaak voor een foto van het ANP gekozen, die relatief goedkoop waren. En tot slot de informatie die bij de foto geleverd wordt. Dit zou de redacteur moeten overtuigen van de betrouwbaarheid van de foto. Na dit onderzoek is een vervolgonderzoek uitgevoerd met de titel *'Van rustpunt tot eyecatcher'* dat werd samengesteld door T. Luijendijk en L. Zweers.<sup>7</sup>

Ook het onderzoek van David Manning White toont enige gelijkenis met dit onderzoek. Hij heeft onderzoek gedaan naar nieuwsselectie bij kranten. In het onderzoek liet hij een redacteur bijhouden waarom onderwerpen wel of niet voor plaatsing in de krant in aanmerking kwamen. Uit de vele berichten die binnenkwamen moest een selectie gemaakt worden. White noemt de redacteur Mr Gates. Hij is namelijk de *gatekeeper*<sup>8</sup>. Hij beslist welke berichten voor plaatsing in aanmerking komen. Uit het onderzoek van White blijkt dat dit een subjectief proces is gebaseerd op individuele ervaringen, houdingen en verwachtingen. Ook gebrek aan ruimte bleek een belangrijk argument.<sup>9</sup>

De hierboven omschreven onderzoeken tonen overeenkomsten met mijn onderzoek, omdat zij ook het selectieproces proberen te achterhalen. Echter, zij richten zich beiden op de selectie bij kranten. Een ander verschil is dat zij tijdens het proces onderzoek hebben gedaan. Hierdoor werden motivaties om iets wel of niet te plaatsen inzichtelijk. In mijn onderzoek wordt pas achteraf gekeken naar het selectieproces. De keuzes voor het wel of niet plaatsen zijn al gemaakt. Ik concentreer mij alleen op de nieuwsgebeurtenissen die wel in het jaarboek terecht zijn gekomen.

Martijn Kleppe heeft onderzoek gedaan naar factoren die bepalen wanneer een foto van een Nederlandse gebeurtenis een plek in geschiedenisboeken krijgt. Hij kijkt daarbij naar icoonfoto's en maakt onderscheid

<sup>6</sup> T. Luijendijk, een rustpunt voor het oog, een studie naar de selectie van foto's bij acht Nederlandse dagbladen. Vakgroep Massacommunicatie, 1983.

<sup>7</sup> T. Luijendijk, L. Zweers, Van rustpunt tot eyecatcher, Perscombinatie, Stichting Foto en Tijdsbeeld, 1991, pp. 60

<sup>8</sup> In het theoretische hoofdstuk van deze scriptie zal dit begrip uitgediept worden.

<sup>9</sup> D. M. White, 'The 'Gatekeeper': A case-study in the selection of News' 160-173.

tussen algemene en unieke icoonfoto's. Naast voorpagina's van kranten en geschiedenisboeken, gebruikt hij ook jaarboeken als onderzoeksbron. Hij heeft onder andere gekeken naar de redenen voor het plaatsen van een foto. Het 'format' van de publicatie blijkt de belangrijkste te zijn. Het gaat hierbij om afspraken die van tevoren zijn gemaakt over het aantal foto's dat per pagina of per onderwerp geplaatst wordt. Ook heeft Kleppe achterhaald welke overwegingen een rol gespeeld hebben bij de keuze voor bepaalde foto's. Ten eerste moet de foto illustreren waar het verhaal over gaat. De keuze is ook gebaseerd op de beeldvorming van de samenstellers. En samenstellers willen origineel zijn in hun keuze. Het plaatsen van een foto blijkt subjectief. Een foto komt in aanmerking voor plaatsing in een geschiedenisboek als hij meteen gepubliceerd is. De rol van fotopersbureaus als distributeur is dus ook belangrijk.<sup>10</sup>

De onderzoeksmethode van Louis Zweers heb ik gebruikt bij het opstellen van een methode. Hij heeft in zijn colleges fotojournalistiek (Research College Media en Maatschappij 2) voor de master Media & Journalistiek methoden besproken, die ook voor dit onderzoek relevant zijn.<sup>11</sup> Het betrof een onderzoek naar fotoberichtgeving over 'onze jongens in Irak' bij kranten, bestaande uit een kwalitatief en kwantitatief deel. Voor het kwalitatieve deel werd een aantal elementen aangedragen waarop een foto beoordeeld kan worden. Het kwantitatief deel bestond uit een schema, welke toegepast kon worden op alle gevonden foto's. Dit schema diende als uitgangspunt voor mijn eigen onderzoek. Deze methode is afgeleid van theorieën van Barthes en Evans. In hoofdstuk 1 (theoretisch kader) zullen deze theorieën uitgewerkt worden. In de onderzoeksopzet in hoofdstuk 2 zal de wijze waarop deze theorieën toegepast worden in mijn onderzoek verder uitgewerkt worden.

Een vergelijking tussen jaarboeken door Han van Bree, samensteller van *Het aanzien van* biedt ook aanknopingspunten voor mijn onderzoek. Hieruit kwam naar voren dat de keuzes van het jaarboek in vergelijking met andere jaaroverzichten grotendeels parallel lopen. Over wat belangrijk wordt gevonden bestaat, volgens Van Bree, in medialand, zeker de laatste tien jaar, een brede consensus. Het verschil zit volgens Van Bree hoogstens in de details (rages als elastiekentwist of scoubidou) en de manier waarop gebeurtenissen worden verwoord en verbeeld.<sup>12</sup>

Deze uitkomst vormt het uitgangspunt voor deze scriptie. Hoe komen de samenstellers van de jaaroverzichten tot hun onderwerpkeuze? Wat is het resultaat van dit proces? Oftewel: hoe zal 2004 letterlijk 'de boeken ingaan'? En is de bewering juist dat er een brede consensus bestaat? Dat zijn vragen welke in deze scriptie aan bod zullen komen. Doel van dit onderzoek is dus om meer inzicht te krijgen in de manier waarop de jaaroverzichten tot stand komen en te kijken naar het resultaat van dit proces.

---

<sup>10</sup> M. Kleppe, 'Tot icoon verheven. Een onderzoek naar de verheffing van maatschappelijke gebeurtenissen tot fotografische iconen van de recente Nederlandse geschiedenis.' Afstudeerscriptie, Erasmus Universiteit Rotterdam, 87-94

<sup>11</sup> L. Zweers, *Collegehandleiding fotojournalistiek*, Rotterdam, november 2004, Erasmus Universiteit.

<sup>12</sup> M. Kleppe, *Register, het aanzien van 1962-2004*. Het Spectrum, Utrecht, 1



## Vraagstelling

Centraal in dit onderzoek staat de volgende vraagstelling:

*Hoe komt de samenstelling van een jaarboek tot stand en wat zijn de verschillen en overeenkomsten in de onderwerpkeuze en de wijze waarop de gebeurtenissen (in beeld en tekst) gepresenteerd worden tussen drie jaarboeken van 2004? Hoe zijn deze overeenkomsten en verschillen te verklaren?*

Het gaat hierbij dus om de vraag: *Hoe* kiezen ze, *wat* kiezen ze en hoe worden de gebeurtenissen verwoord en verbeeld? De vraag ‘wat kiezen ze *niet*’ zal in mindere mate aan bod komen. Deze scriptie gaat onder andere in op de keuzes en handelingen die plaatsvinden voordat onderwerpen en foto’s in een jaarboek gepubliceerd worden (en dus het publiek zullen bereiken), en het resultaat van dit proces.

## Deelvragen

Om tot een antwoord op de onderzoeksvraag te komen, zijn een aantal deelvragen opgesteld:

Ten eerste met betrekking tot de vraag *Hoe* kiezen ze?

1. Hoe verloopt het selectieproces van de gebeurtenissen?
2. Hoe komen de samenstellers tot de keuze van een foto en welke bronnen worden daarvoor gebruikt?
3. Welke nieuwsbronnen worden gebruikt en hoe selecteren de samenstellers hun onderwerpen?
4. Hoe groot is de invloed van de samensteller?

Met betrekking tot de vraag: *wat* kiezen ze?

5. In hoeverre speelt de *nieuws waarde* van gebeurtenissen een rol bij de selectie?
6. Wat is de invloed van de doelgroep op de selectie?

Met betrekking tot de *presentatie*:

7. Wat is de functie van de tekst en de foto?
8. In hoeverre is de identiteit van het jaarboek van invloed op de wijze waarop gebeurtenissen worden benaderd?
9. Wat is de invloed van de doelgroep op de presentatie van de onderwerpen?

## Indeling

In Hoofdstuk 1 wordt een theoretisch kader uiteengezet. Diverse begrippen en theorieën die betrekking hebben op het onderwerp van deze scriptie komen aan de orde, zoals nieuws, nieuwsselectie, gatekeeping, fotojournalistiek en (theorieën op het gebied van) foto-onderzoek. In het tweede hoofdstuk wordt de onderzoeksofzet verder uitgewerkt. In hoofdstuk drie beschrijf ik de drie onderzochte jaarboeken aan de hand

van de onderzoeksresultaten. Er zal onder andere ingegaan worden op de eigen identiteit, fysieke overeenkomsten en verschillen, doelgroep van de jaarboeken en marketing. Ook zal in dit hoofdstuk het selectieproces en de onderwerpkeuze aan bod komen. De interviews vormen voor dit gedeelte de leidraad.

In het vierde hoofdstuk wordt gekeken naar inhoudelijke overeenkomsten en verschillen. De resultaten uit de kwantitatieve inhoudsanalyse zullen in dit hoofdstuk gepresenteerd worden. Dit geeft antwoord op vragen met betrekking tot de samenstelling en inhoud van de boeken, maar geeft onvoldoende inzicht in de wijze waarop dit wordt toegepast. Daarom zullen de gegevens uit de kwantitatieve analyse aan de hand van case studies geconcretiseerd worden in hoofdstuk vijf. Dit verdiept op kwalitatieve wijze het kwantitatieve onderzoek. Deze scriptie sluit ik af met een concluderend hoofdstuk waarin antwoord zal worden gegeven op de vraagstelling.

# **Hoofdstuk 1 Theoretisch kader**

## **Inleiding**

In dit hoofdstuk zullen theorieën uiteengezet worden op het gebied van nieuws en nieuwsselectie. Immers, de samensteller van een jaaroverzicht moet een keuze maken uit het (enorme) nieuwsaanbod van het afgelopen jaar. Wanneer behoudt een gebeurtenis zijn (nieuws)waarde en zal het voor plaatsing in het jaarboek in aanmerking komen? Om die vraag te kunnen beantwoorden wordt eerst gekeken naar wat onder nieuws wordt verstaan en welke selectiecriteria er zijn. Ook zal gekeken worden naar het netwerk van nieuwsproductie en de rol van journalisten bij de nieuwsproductie. Zodoende wordt achterhaald hoe *nieuws* tot stand komt.

Ook zal de gatekeeping theorie in dit hoofdstuk aan bod komen. Mijn onderzoek valt binnen de zogenaamde ‘gatekeeping’ (*sluiswachter*) onderzoeken. De samensteller fungeert als laatste gatekeeper, maar daarvoor hebben al meerdere gatekeeping-momenten plaatsgevonden.

Met betrekking tot de fotokeuze is de keuze wellicht nog lastiger. Immers, tekst kun je later herschrijven en geeft dus meer ruimte. Een foto blijft dezelfde. Hoe vat je de essentie –achteraf- samen? Na verloop van tijd zijn er wellicht meer beelden rondom een gebeurtenis beschikbaar. Ook is de context groter. Daarom zal in dit hoofdstuk aandacht worden besteed aan persfotografie, fotoselectie en eigenschappen van een goede persfoto.

## **1.1 Nieuws**

Zoals in het inleidende hoofdstuk van deze scriptie werd aangegeven, is er bij de jaarboeken geen sprake van nieuws, maar een terugblik op het nieuws. Van de definitie van nieuws is dus geen sprake meer. Het gaat niet meer om wat nieuw is, maar om wat nieuws is geweest. Het gaat er dus om dat een gebeurtenis zijn nieuwswaarde heeft behouden. Verondersteld wordt dat herkenning een belangrijk element in de selectie is. Dit is dus tegengesteld aan wat we nog niet weten. Echter, in het proces van selectie van nieuwsgebeurtenissen door de samenstellers van het jaaroverzicht speelt het nieuwsaanbod een belangrijke rol. Dit aanbod, de nieuwsproductie, is tot stand gekomen door eerdere selectie, bijvoorbeeld bij kranten. Deze selectie bevindt zich een stap eerder in het proces. Daarom is het van belang om op deze plek na te gaan wat als nieuws wordt beschouwd en welke selectiecriteria gehanteerd worden.

Over de selectie bij jaarboeken bestaat overigens geen theorie. Wellicht is de theorie van nieuwsselectie bruikbaar. De samenstelling van het jaarboek is immers gebaseerd op een eerder gemaakte nieuwsselectie. Nieuwsselectie heeft dus een andere functie in het jaarboek, maar misschien is het wel hetzelfde mechanisme. Hopelijk geeft dit handvatten voor mijn onderzoek.

### 1.1.1 Wat is nieuws?

Een definitie van nieuws is niet eenvoudig te geven. Vaak worden voorbeelden aangehaald om aan te geven wat als nieuws wordt beschouwd. John Bogart verwoordde dit voortreffelijk: “*When a dog bites a man, that is not news; but when a man bites a dog, that is news.*”<sup>13</sup> De definitie van nieuws die een individu hanteert, kan invloed uitoefenen op de manier waarop hij of zij nieuws selecteert. Daarom zal in deze paragraaf een poging worden gedaan het begrip ‘nieuws’ te duiden.

Walter Lippmann was een van de eersten die nieuws zag als het product van journalistieke routines en gestandaardiseerde procedures. Hij stelde dat het nieuws dat het publiek bereikt het resultaat is van een serie selecties. Twintig jaar later schrijft Park dat nieuws steeds belangrijker wordt voor de geschiedenis. Wat onder nieuws dient te worden verstaan heeft hij samengebracht onder enkele punten.

- *news is timely*
- *news is perishable*
- *news is not a substitute for knowledge*
- *news is predictable*
- *events reported as news are unusual or unexpected*<sup>14</sup>

Groenhuijsen geeft twee definities, namelijk ‘nieuws is datgene wat afwijkt van het gangbare’ (1) en ‘nieuws is datgene wat de mensen nog niet weten en wat ze volgens journalisten wel zouden moeten weten’ (2).<sup>15</sup> In zijn boek *De verbeelding van de wereld, de wereld van de verbeelding* hanteert Beunders een brede definitie van nieuws: “Nieuws is alles wat nu gebeurt of bekend wordt, wat mensen nog niet wisten en wat voor kortere tijd of langere tijd in het hoofd blijft hangen”.<sup>16</sup>

Aandacht voor de ontvangers van nieuws blijkt ook uit de definitie van De Rooij, die later de eerste hoogleraar Persgeschiedenis zou worden. ‘Nieuws in feitelijke zin zijn die tot dusver in ruimere kring onbekende feiten waarvan de kennis van belang is voor een groot deel van de lezerskring en waarvan de publicatie een algemeen belang vertegenwoordigt’.<sup>17</sup>

Roshco haalt in *News, a reader* de volgende definitie aan: ‘News is that something you didn’t know before, had forgotten, or didn’t understand’.<sup>18</sup>

Naast een persoonlijke kijk op wat nieuws is, kunnen mediaroutines in een nieuwsorganisatie invloed uitoefenen op de individuele nieuwsselectie. Kester verwoordt dit als het volgt: “Een gebeurtenis is geen nieuws, maar wordt nieuws. De productie van nieuws is in beginsel het resultaat van een selectieproces, een

---

<sup>13</sup> B. Roshco, *Newsmaking*. In: H. Tumber, *News: A Reader*. New York, Oxford University Press, 1999, 32.

<sup>14</sup> D. McQuail, *Mass Communication Theory* – 4th Edition. London, Sage Publications, 2000, 338. In: S. De Vinck en L. Devreker, *Waar is het buitenland? Een analyse van het buitenlands nieuws in de huidige Westerse nieuwsverslaggeving, 2001-2002*, 5.

<sup>15</sup> C. Groenhuijsen & A. van Liempt, *Live!: macht, missers en meningen van de nieuwsmakers op tv*, Den Haag, Sdu Uitgevers, 1995, 38.

<sup>16</sup> H. Beunders, *De verbeelding van de wereld, de wereld van de verbeelding*, Amsterdam, Mets, 1998, 99.

<sup>17</sup> H. Beunders, *De verbeelding van de wereld*, 98.

<sup>18</sup> H. Tumber, *News, a reader*, 34.

activiteit bepaald door kennis en professionele conventies, nieuwscriteria, redactionele besluitvorming, visuele aantrekkelijkheid, technische mogelijkheden, economische en politiek-ideologische belangen, pragmatische afwegingen en soms door tamelijk onvoorspelbare mechanismen die in het mediaveld werkzaam zijn.” Later in dit hoofdstuk zal ingegaan worden op dit selectieproces.<sup>19</sup>

## 1.2 Nieuwsproductie

Journalisten en redacteuren van kranten en nieuwsprogramma’s moeten dagelijks uit het enorme aanbod van nieuws een selectie maken. Het is niet altijd duidelijk waarom journalisten bepaalde keuzes maken, waarom het ene gegeven een bericht of verhaal wordt, en het andere genegeerd. En toch zijn het de media die onze kijk op de wereld vormen.

De rol van de media is de laatste jaren steeds groter geworden, te meer omdat ook de omvang van de media is toegenomen. Steeds meer mensen hebben de toegang tot informatie welke via de media wordt verspreid. (zie ook paragraaf 1.5 van dit hoofdstuk) Maar ook recente kwesties als de opkomst van de Lijst Pim Fortuyn en het referendum over de Europese Grondwet zorgden ervoor dat de rol van de media (kritisch) besproken werd. Het keuzeproces is echter erg complex, en verschilt van medium tot medium, van organisatie tot organisatie en per cultuur<sup>20</sup>. De beoordeling van nieuwsgebeurtenissen is subjectief en kan bovendien van dag tot dag verschillen (bijvoorbeeld door kritiek op het nieuws van de dag ervoor, of vanwege het humeur van de journalist).<sup>21</sup> Toch wordt getracht die subjectiviteit zoveel mogelijk te bestrijden. In deze paragraaf zal de totstandkoming van de nieuwsproductie besproken worden. Geprobeerd wordt het selectieproces enigszins inzichtelijk te maken.

### 1.2.1 Het netwerk van nieuwsproductie en de rol van de journalist

“Nieuws wordt gemaakt door journalisten. Hiervoor gebruiken zij bepaalde afspraken of grondregels. Behalve de positie en rol van journalisten en correspondenten, zijn ook persbureaus en redacties belangrijke pionnen in het netwerk van nieuwsproductie. Naast abstracte en concrete mechanismen en criteria, is het produceren van nieuws dus ook en vooral mensenwerk.”<sup>22</sup>

De productie van nieuws is een proces van keuzes maken. Zoals uit het citaat van Kester blijkt, zijn veel partijen hierbij betrokken. En hoewel het mensenwerk blijft, zijn er enkele professionele maatstaven die onder journalisten breed gedragen wordt. Hierdoor bestaat er een zekere consensus over de nieuwswaarde van een gebeurtenis. Het scheiden van feit en commentaar, het toepassen van hoor en wederhoor en de zorg

---

<sup>19</sup> B.C.M. Kester. Vakomschrijving Research Workshop Media en Journalistiek 1 CH4406 Collegejaar 2004, [http://fhk.sin-online.nl/studiegids/?action2=show\\_course&course=CH4406](http://fhk.sin-online.nl/studiegids/?action2=show_course&course=CH4406) bezocht op 25 april 2005

<sup>20</sup> B. Van Gorp, *Framing en het interpreteren van nieuws*, een experimenteel onderzoek naar de effecten van frames. PSW papers, Universiteit Antwerpen 2004, 3.

<sup>21</sup> C. Groenhuijsen, *Live!*, 38

<sup>22</sup> B.C.M. Kester. [http://fhk.sin-online.nl/studiegids/?action2=show\\_course&course=CH4406](http://fhk.sin-online.nl/studiegids/?action2=show_course&course=CH4406) bezocht op 25 april 2005

voor een zo volledig mogelijke berichtgeving zijn enkele van die maatstaven. De journalistiek hanteert als uitgangspunt dat in een bericht de vier W's aan bod moeten komen (wie, wat, waar en wanneer). Soms wordt daar een vijfde W aan toegevoegd: waarom. Hierbij overstijgt de journalist de strikt feitelijke (objectieve) berichtgeving en geeft een interpreterende, beschouwelijke (waarin een persoonlijke visie tot uiting komt) of opiniërende functie (met commentaar) aan zijn of haar verslag.<sup>23</sup> Met betrekking tot mijn onderzoek roept het bovenstaande een aantal vragen op: Is er onder de samenstellers van jaarboeken ook een brede consensus over de nieuwswaarde van een gebeurtenis? In hoeverre worden de vier w's in jaarboeken toegepast, en is er ook ruimte voor de vijfde W? Geven samenstellers in hun jaarboeken ook een persoonlijke visie op gebeurtenissen? Later zal ik hierop terugkomen.

Het *model of commercial news selection* van John H. McManus illustreert dat er drie stadia zijn waarin belangrijke beslissingen voor de nieuwsproductie worden genomen. Het eerste stadium is 'discovery', de nieuwsorganisatie beslist welke nieuwsbronnen worden ingezet. In het tweede stadium beslist een nieuwsorganisatie over welke gebeurtenissen er wordt geschreven: 'selection'. Het laatste stadium noemt hij 'reporting' en betreft de vorm die aan de berichtgeving wordt gegeven.<sup>24</sup> Het model is voornamelijk gericht op nieuwsselectie bij televisie en kranten.

### 1.2.2 Gatekeeping

Elke dag gaan vele nieuwsberichten de wereld over. Gatekeeping is een proces dat wordt toegepast om de stroom aan informatie reguleren. De term 'gatekeeping' werd zoals gezegd door Kurt Lewin geïntroduceerd (1947). De gatekeeper (letterlijk: sluiswachter) is degene die bepaalt wat er door de 'gate' gaat. Dit kan een individu, groep of organisatie zijn. Het gatekeeping-proces kent meerdere selectiemomenten. Gatekeeping werd al snel onderdeel van communicatiestudies.<sup>25</sup>

De 'gate' is dus een 'in en uit'- beslissingspunt en berichten komen via verschillende kanalen binnen. Bij het gatekeeping-proces gaat het om het omzetten van al deze berichten (door selectie) naar berichten voor een of meer ontvangers. Een bericht heeft meerdere 'in- en uit-beslissingen' tijdens het proces. Selectie kan kleine delen van het eerste bericht bevatten of de volledige inhoud van het hele bericht (of meerdere berichten).

Gatekeeping kan ook gezien worden als het proces van reconstruering van het essentiële framework van een gebeurtenis en dat omzetten in nieuws. Aan sommige details wordt voorbijgegaan en aan andere niet. Elementen worden geselecteerd aan de hand van belangrijkheid en prominent, snel en vaak gepresenteerd.

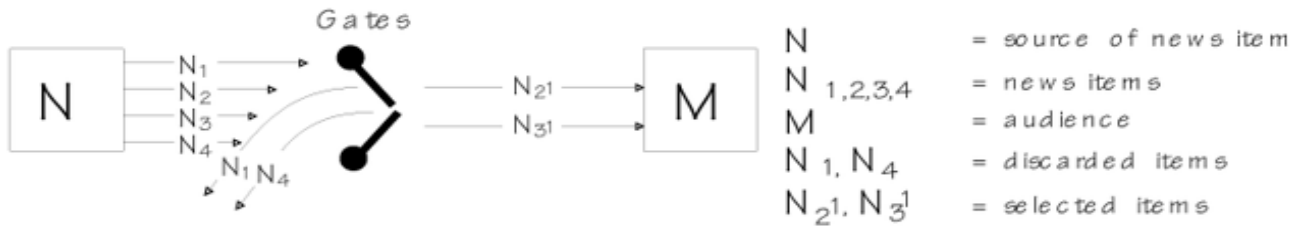
---

<sup>23</sup> J. van Ginneken, *Understanding Global News*, London: Sage, 1998, 111. In: A. de Lannoy, *Internationale nieuwsvorming in de westerse pers: Vergelijkende analyse van de berichtgeving over de kwestie Oost-Timor*. Scriptie Faculteit Letteren en Wijsbegeerte, Universiteit Gent, 1999-2000. Bekeken op: [http://www.thesis.net/oost\\_timor/oost\\_timor\\_deel\\_1\\_hfdst\\_2.htm#\\_ftn25](http://www.thesis.net/oost_timor/oost_timor_deel_1_hfdst_2.htm#_ftn25)

<sup>24</sup> H. Tumber, *News, a reader*, 183

<sup>25</sup> H. Tumber, *News, a reader*, 66.

Schramm, zo schrijft Shoemaker, maakte onderscheidt tussen ‘media-chains’ en ‘interpersoneel-chains’. Via beide kanalen kunnen berichten via zender naar ontvanger gaan, via gatekeepers.<sup>26</sup>



Uit het bovenstaande (vereenvoudigde) model kun je het gatekeeping-proces aflezen. Alle informatie (N) wordt omgezet naar berichten. Deze komen bij de *gate*. Sommige berichten worden doorgelaten, anderen vallen af (in dit geval N1 en N4). De doorgelaten berichten vormen een nieuwe informatie stroom. Deze bereikt het publiek (M). Er zijn vaak meerdere *gates* in een berichtenstroom. De gatekeeper beslist dus welke informatie wel of niet doorgaat. Zij bepalen dus welke onderdelen in ons ‘sociale systeem’ terecht komen, oftewel welke informatie het publiek zal bereiken. Belangrijk is om je te realiseren dat gatekeepers om die reden controle hebben op wat mensen weten, doordat ze sommige verhalen wel, en anderen niet doorlaten. Ze bevinden zich dus in een machtige positie. Om het functioneren van een ‘gate’ te begrijpen moet je weten welke factoren de beslissingen van de gatekeeper beïnvloeden. Vaak is de keuze gebaseerd op nieuwswaarde, organisatorische routines, ‘input-structure’ en gezond verstand. De keuzes van de gatekeeper komen voort uit een combinatie van invloeden, voorkeuren, motieven en gemeenschappelijke waarden.<sup>27</sup>

David Manning White paste de theorie van Lewin toe op de journalistiek. Hij deed onderzoek naar de selectie van nieuws en de rol van de gatekeeper bij een krant. Daaruit blijkt dat de keuze om een verhaal wel of niet te publiceren subjectief is. Het komt voort uit ervaringen, houdingen en verwachtingen. Ook als iets al alle *gates* gepasseerd is, kan de laatste gatekeeper besluiten iets te negeren. De in het onderzoek genoemde ‘Mr Gates’ schreef op waarom berichten wel of *niet* doorkwamen. Het bleek dat negentig procent van het aangeleverde materiaal niet geplaatst kon worden. Beperking in de nieuwsselectie had dus veelal betrekking op de beschikbare ruimte. De selectie van berichten die geplaatst werden vond plaats aan de hand van twee criteria, namelijk de belangrijkheid van de gebeurtenis (1) en de hoeveelheid soortgelijk nieuws (2). De keuze per bericht bleek echter zeer subjectief.<sup>28</sup>

In de jaren zeventig werden effecten van de beslissingen van de gatekeepers door McCombs en Shaw op een andere manier benaderd. Zij vonden het belangrijk dat het publiek zich realiseerde dat de manier waarop het

<sup>26</sup> P. Shoemaker, *Communication concepts 3: Gatekeeping*, Sage Publications, Newbury Park, 1991, 1-4.

<sup>27</sup> <http://www.tcw.utwente.nl/theorieenoverzicht/Theory%20clusters/Media%2C%20Culture%20and%20Society/gatekeeping.doc/index.html> Bezoekt op 8 februari 2005

<sup>28</sup> David Manning White, *The ‘Gatekeeper’: A case study in the selection of news*. In: H. Tumber, *news: a reader*, 66-72

nieuws benaderd wordt, sterk afhangt van de nadruk die het in de media krijgt. McCombs en Shaw stelden dat het gatekeeping-concept gerelateerd is aan een nieuwer concept, namelijk agenda-setting.

De afgelopen vijftig jaar hadden gatekeeping studies vooral betrekking op massamedia-berichten, voornamelijk nieuwsberichten. Waarschijnlijk omdat gatekeeping-onderzoekers naar massamediale communicatie een structuur aanbod voor het vergelijken van mediacontent met andere zaken die de ‘realiteit reflecteren’.<sup>29</sup>

Het gatekeeping-model kent bepaalde beperkingen. Het concept veronderstelt namelijk dat er slechts één initiële sluis is en één pakket selectiecriteria. Ook wordt het proces waarbij beslissingen genomen worden te sterk geïndividualiseerd. Theoretici van dit model gaan ervan uit dat nieuws volledig afgewerkt aan de sluis toekomt, waar het vervolgens al dan niet toegelaten wordt. De sluiswachtertheorie gaat er eveneens van uit dat er een gegeven en eindige realiteit van gebeurtenissen bestaat, waaruit de media volgens bepaalde criteria selecteren.<sup>30</sup> Voor dit onderzoek betekent dit het volgende. We kunnen er niet vanuit gaan dat de nieuwsberichten in een pakket de samensteller bereiken. De samensteller krijgt via diverse kanalen informatie. Beslissingen zouden niet individueel genomen worden. De samensteller van het jaarboek zal wellicht ook met anderen overleggen welke gebeurtenissen in het jaarboek terechtkomen.

### 1.2.3 Nieuwsfactoren en selectiecriteria

Uit een eerdere paragraaf blijkt dat nieuws een moeilijk te definiëren begrip is. De beoordeling of een gebeurtenis nieuws is, is ook niet eenvoudig te maken. Het blijkt een subjectief proces. Of een gebeurtenis nieuws is, hangt af van een aantal factoren. Nieuws zou aan een aantal kenmerken voldoen. In het onderzoek van T. Lujendijk worden de volgende genoemd:

**Veronderstelde objectiviteit:** nieuws heeft een neutraal en objectief karakter, zo wordt verondersteld. De basis komt voort uit het onderscheid dat Samuel Bowles maakt tussen feiten en meningen, tussen nieuws en commentaar. Hoewel objectiviteit kan worden nagestreefd is subjectiviteit niet uit te sluiten. Het verzamelen en verspreiden van nieuws is een groot proces van selecteren en interpreteren, waarbij vele tussenpersonen een stempel drukken op het uiteindelijke resultaat.

**Simplificatie:** ter vergroting van de begrijpelijkheid van boordschappen worden gebeurtenissen minder complex voorgesteld, dan dat ze eigenlijk zijn. Ook economische en organisatorische redenen kunnen aan deze simplificatie ten grondslag liggen.

---

<sup>29</sup> P. Shoemaker,; *Gatekeeping*, 1-4.

<sup>30</sup> McQuail, D., 277-279.



**Identificatie:** Personificatie van het nieuws, schrijft Stuart Hall, is het isoleren van een persoon uit zijn relevante sociale en institutionele context. In het nieuws worden gebeurtenissen en verhalen gebonden aan personen, bij voorkeur bekende personen.

**Het ongewone:** Bij het selecteren van nieuws is ‘het ongewone’ interessant. Door het accentueren hiervan neigen media ertoe nieuws eerder te vervormen dan een afspiegeling te geven van de realiteit.

**Nabijheid:** Hoe dichterbij de gebeurtenis heeft plaatsgevonden, hoe groter de kans op selectie.

**Media-organisatorische factoren:** Factoren die een stempel drukken op de nieuwsselectie, zoals persoonlijke opvattingen van de journalist op zijn vak en de ethische aspecten daarvan, de identiteit van media-organisaties, de beschikbare tijd en ruimte, het budget en de relatie met derden.

**De lezers:** Er wordt veel geld uitgegeven aan lezersonderzoeken. De pers wil anticiperen op de interesses en veranderde behoefte van mensen. Bij de selectie van nieuws wordt hier ook op ingespeeld.

**Imitatie:** Media-instellingen volgen elkaar voortdurend. Bepaalde instellingen worden als toonaangevend beschouwd, en worden door anderen gevolgd. ‘Gatekeepers’ van nieuws zouden onzeker zijn, omdat er geen concrete definitie is van wat wel en wat geen nieuws is. Daarom volgen zij de berichtgeving van anderen.<sup>31</sup>

De keuze die wordt gemaakt door de nieuwsmakers uit de ontelbare gebeurtenissen gebeurt niet op willekeurige basis. Het is het resultaat van factoren, waarbij verschillende filters optreden: de bronnen, de correspondentie, de nieuwsagentschappen, de buitenlandredacties en de lezer.<sup>32</sup> Er bestaat niet zoiets als een checklist die aangeeft waaraan nieuws moet voldoen. Toch is er wel een aantal selectiecriteria waaraan een nieuwsgebeurtenis moet voldoen. Servaes stelt dat twee factoren belangrijk zijn bij het bepalen of een gebeurtenis nieuwswaarde heeft. Ten eerste is er de actualiteit, die we kunnen opdelen in een tijdelijke nabijheid (“hoe sneller hoe beter”), een geografische nabijheid (“hoe dichterbij hoe beter”) en een psychologische nabijheid (“raakt het ons?”). Ten tweede is er de betekenis van een gebeurtenis. Hoe ingrijpender de gebeurtenis is en hoe langer de gevolgen ervan duren, hoe meer nieuwswaarde deze heeft.<sup>33</sup>

Een belangrijke studie naar nieuwsselectie dateert alweer uit 1965. Galtung en Ruge hebben in hun studie naar de selectie van internationaal nieuws twaalf nieuwsfactoren opgesteld, te weten:

1. **Frequentie:** de herhaalbaarheid van een gebeurtenis.
2. **Drempelwaarde:** hoe omvangrijker en sensationeler de gebeurtenis, hoe groter de kans op publicatie.
3. **Ondubbelzinnigheid:** gebeurtenissen die duidelijk interpreteerbaar zijn worden verkozen boven gebeurtenissen met meerdere mogelijke betekenissen.

---

<sup>31</sup> T. Luijendijk, *Een rustpunt voor het oog*, 25-28

<sup>32</sup> P. Golding, Ph. Elliot, *Making the News*, London, Longman, 1979, 20.

<sup>33</sup> J. Servaes en C. Tonnaer, *De nieuwsmarkt. Vorm en Inhoud van de internationale berichtgeving*. Groningen, Wolters-Noordhoff, 1992, 32 In: *Waar is het buitenland?* 11

4. **Betekenis:** hoe meer voorkennis en culturele verwantschap er is, hoe gemakkelijker publicatie volgt. Betekenis kan op verschillende manieren ingevuld worden.
5. **Harmonie:** naarmate gebeurtenissen meer overeenstemming vertonen met een bepaald verwachtingspatroon, zullen ze sneller worden verspreid.
6. **Uitzonderlijkheid:** onverwachte en zeldzame gebeurtenissen bevatten een grotere nieuws waarde.
7. **Continuïteit:** gebeurtenissen die eenmaal in het nieuws gekomen zijn, zullen dat gedurende een periode blijven.
8. **Compositie:** het nieuws wordt voorgesteld in een bepaalde samenstelling, bijvoorbeeld in een vaste verhouding binnen- en buitenlands nieuws.
9. **Elitelanden:** gebeurtenissen in elitelanden worden sneller nieuws. Bijvoorbeeld gebeurtenissen uit de Verenigde Staten worden sneller nieuws, dan gebeurtenissen in Gambia.
10. **Elitepersonen:** activiteiten van dergelijke (bekende, belangrijke) personen kunnen grote gevolgen hebben voor grote groepen mensen; hoe meer de gebeurtenissen betrekking hebben op elitepersonen, hoe groter de kans dat deze gebeurtenissen in het nieuws worden opgenomen.
11. **Personificatie:** nieuws dat terug te voeren is tot bepaalde personen maakt meer kans vermeld te worden dan gebeurtenissen over instanties, zaken of processen.
12. **Negativiteit:** gebeurtenissen met negatieve aspecten komen eerder in het nieuws dan positieve (omdat het ondubbelzinnig is of meer onverwacht).<sup>34</sup>

Een gebeurtenis kan als nieuws geselecteerd worden als het aan een combinatie van aantal criteria voldoet, of als het op één criterium heel goed scoort. Bijvoorbeeld bij het criterium 'elitelanden' (punt 9): niet alles uit Amerika wordt nieuws, het moet dan aan meer criteria voldoen. Echter: het criterium uitzonderlijkheid (punt 6) kan ervoor zorgen dat een gebeurtenis alleen daaraan voldoet en toch als nieuws beoordeeld wordt. Deze nieuwsfactoren blijken nog altijd actueel te zijn, en worden ook in recente onderzoeken aangehaald.

Groenhuijsen behandelt in zijn hoofdstuk over nieuwsselectie (*Live!*) een aantal criteria waaraan een nieuwsgebeurtenis volgens hem moet voldoen. Deze selectiecriteria zijn van toepassing op nieuwsselectie van de televisie, maar wellicht ook van toepassing op de jaarboeken.

1. *Het moet nieuw zijn.* In principe ligt dit criterium voor de hand. Echter, het hoeft niet strikt genomen te worden. Wanneer een ochtendkrant met een primeur komt, kunnen andere kranten en media dit bericht over nemen, zonder te verwijzen naar degene die er het eerste mee kwam. Toch gaat 'eigen' nieuws vaak voor en krijgt meer ruimte, stelt Groenhuijsen. Wat *nieuw* is valt op meerdere manieren te interpreteren. Iets is nieuw als niemand het nog weet, of nog niemand is opgevallen.

---

<sup>34</sup> J. Galtung en M Ruge, *The Structure of Foreign News*, Journal of Peace Research, Oslo, 1965, 64-91

2. *Actualiteitswaarde*. Hoe nieuwer het nieuws, hoe aantrekkelijker. Fouten liggen echter op de loer en ook het gevaar van afnemende weging (te weinig afstand nemen van het nieuws en het belangrijker maken dan het is).
3. *Visualiteit* Een visueel onderwerp heeft soms de voorkeur. Spectaculaire beelden zullen de hele wereld overgaan, terwijl zonder beelden misschien geen aandacht aan de gebeurtenis zou zijn besteed. Een voorbeeld hiervan is de foto in het jaarboek *Het jaar 2004*, waar we een schaap zien, dat na een aantal maanden is teruggevonden. Zonder het beeld zo het onderwerp nooit gekozen zijn. Sommige soorten –klein en groot-nieuws zijn pas nieuws als er (foto)camera's bij waren.
4. *Maatschappelijke relevantie* Hoe belangrijk is het nieuws voor de lezer/ kijker? Hoe meer mensen belang hebben bij een nieuwsontwikkeling, hoe groter de prioriteit in het nieuws.
5. *Relevante reacties* Dit criterium lijkt vooral van toepassing op televisienieuws. Het gaat hierbij om de reacties van officiële personen, maar ook ouders. Een nieuwsfeit kan slechts korte beelden opleveren, maar door deze reacties kan een item worden gemaakt.
6. *Afwijking van het gangbare* Het 'ongewone' is nieuws. Groenhuijzen illustreert dit met een voorbeeld: 'Al die honderdduizenden fietsers die veilig thuis komen van hun werk halen de krant niet, die ene die verongelukt wel.' Het lastige bij dit criterium is, dat in de journalistiek het ongewone zo langzamerhand gewoon gaat worden.
7. *Doelgroepen-nieuws* Onder dit criterium valt nieuws waar veel mensen zich voor interesseren. Het hoeft dan niet persé nieuws te bevatten. Als voorbeeld geeft Groenhuijzen de staatsbezoeken. De koningin die een fabriek bezoekt bevat geen nieuws, maar er is veel belangstelling onder het publiek voor wat het staatshoofd doet, dus wordt het nieuws.
8. *Noodzaak tot afwisseling* Onderwerpen die geen grote nieuws waarde bevatten, worden toch geselecteerd. Dit zijn luchtige, curieuze, visuele, of culturele reportages, zorgen ervoor dat er tussen al het 'zware' nieuws ook wat afwisseling is.
9. *Persoonlijk nieuws* Volgens Groenhuijzen is het persoonlijk nieuws in opkomst. Dit kan in twee vormen. Ten eerste het nieuws over personen, bijvoorbeeld benoemingen, overlijden, vertrek en dergelijke. Dit nieuws wordt gepresenteerd in de vorm van een portret. Ten tweede is er een personifiëring van het nieuws. Er wordt steeds vaker een persoonlijk voorbeeld aangehaald, bijvoorbeeld bij massa-ontslag. Hierdoor wordt structureel nieuws minder structureel en meer toegankelijk.
10. *Eigen nieuws* Nieuws dat een redactie zelf op het spoor is gekomen heeft voorrang op ander nieuws, en krijgt een prominentere plaats, dan hetzelfde soort nieuws dat niet zelf is vergaard.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> C. Groenhuijzen, 39-43

Wat nieuws is, en aan welke criteria een gebeurtenis moet voldoen voordat het nieuws wordt, heb ik in bovenstaande paragrafen getracht in kaart te brengen. Naast de selectie van nieuws speelt ook de foto een belangrijke rol in de jaarboeken. In de volgende paragrafen zal persfotografie aan bod komen, en criteria waar een goede persfoto aan moet voldoen.

### 1.3 Fotojournalistiek

In een korte periode is er veel veranderd in de (nieuws)fotografie. Voornamelijk de factor ‘snelheid’ is veranderd. Een foto kan nu veel sneller bij bijvoorbeeld de krant aanwezig zijn door de introductie van digitale fotografie. Ook neemt de foto een steeds belangrijkere plek in binnen de lay-out van kranten en boeken. In jaarboeken neemt de foto ook een belangrijke plek in.

De foto had (en heeft) een aantal functies, te weten, aandacht trekken, de grijze lettermassa doorbreken, illustreren, emoties oproepen, aspecten van gebeurtenissen benadrukken, de inhoud van een begeleidend artikel concreetiseren en bewijs zijn van een gebeuren.<sup>36</sup>

Hoewel veel beelden van oorlogen op televisie te zien zijn, vinden mensen een foto vaak schokkender. Je kunt er niet voor weglopen. Eenmaal gezien neemt het een permanente plek in binnen iemands voorstelling. Terwijl dit bij bewegende beelden niet zo is, of in elk geval in veel mindere mate. Details zullen dan niet onthouden worden.

In dit onderzoek wordt, naast de onderwerpselectie, gekeken naar de manier waarop de fotokeuze voor de jaarboeken tot stand komt. Ook wordt bekeken wat het resultaat van dit keuzeproces is. Ter inleiding op dit onderzoeksgebied zal in de onderstaande paragraaf aandacht worden besteed aan (de ontwikkeling in de) fotojournalistiek. Ook wordt gekeken naar eigenschappen van nieuwsfoto's en aan welke voorwaarden een goede nieuwsfoto zou moeten voldoen. Wellicht zijn deze theorieën ook van toepassing op de fotoselectie en fotokeuze bij jaarboeken.

#### 1.3.1 Fotografie: een nieuw medium

Een foto is niet meer weg te denken uit de kranten. Dat is wel anders geweest. Hoewel het beeldend vermogen van de mens zo oud is als de mens zelf, is persfotografie is een tamelijk nieuw fenomeen. Fotografie is immers een relatief jong medium. Voor die tijd was men afhankelijk van het beeldend vermogen van kunstenaars. Een goed voorbeeld uit die tijd is de manier waarop de kerk beelden inzette om haar boodschap over de ongeletterde bevolking te verspreiden, bijvoorbeeld door houtsnijwerken met bijbelverhalen te vervaardigen.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> T. Luijendijk, “*Kijk die foto*”, 15.

<sup>37</sup> B. Wisman, *Argusogen*, een documentaire over de persfotografie in Nederland, Uitgeverij Voetnoot Amsterdam, Purmerend 1994, 8.

Persfotografie is nog jonger dan fotografie. Fotografie omstreeks 1840 werd uitgevonden, maar de eerste illustraties in kranten dateren van veel later, namelijk het laatste kwart van de negentiende eeuw. Een van de belangrijkste redenen voor deze vertraagde ontwikkeling was het feit dat het afdrukken van foto's op ander papier dan het speciale, lichtgevoelige fotopapier niet eerder mogelijk was. Tot die tijd hadden de kranten en tijdschriften al wel illustraties, maar die werden door middel van houtgravures afgedrukt. Ondertussen ontstond ook de opvatting dat 'fotografie het middel was om de geschiedenis vast te leggen' (Matthew B. Brady tijdens de Amerikaanse Burgeroorlog).<sup>38</sup> In die tijd was het publiceren van een nagetekende foto in de vorm van een houtgravure de meest gangbare manier om foto's bij een groot publiek kenbaar te maken. De houtgravure wordt ook wel gezien als voorloper van de persfoto.<sup>39</sup>

Ontwikkelingen op het gebied van reproductie en apparatuur en materiaal -een fotograaf moest altijd erg veel meeslepen - zorgden ervoor dat een foto als illustratie in een blad realiseerbaar werd. Technische ontwikkelingen en vindingen op chemisch gebied zorgden ervoor dat de camera handzamer werd, en de ontwikkeling van foto's eenvoudiger.<sup>40</sup> Fotografie werd een steeds belangrijker medium. De technische ontwikkelingen in de fotografie zijn dan ook bepalend voor de ontwikkelingen in de fotojournalistiek. Dit zorgde ervoor dat fotografie een steeds prominentere plaats kreeg in het weergeven van de actualiteit. De belangrijkste ontwikkeling voor de persfotografie was in 1882. Toen introduceerde Georg Meisenbach zijn halftoonprocédé, waardoor het voor het eerst mogelijk was foto's af te drukken op krantenpapier. Foto's en tekst konden dus samen op een gewone pers worden afgedrukt. Nu kon reproductie op grote schaal plaatsvinden.<sup>41</sup>

De opkomst van de fotojournalistiek had niet alleen te maken met de uitvinding van de fotografie in 1839, maar ook met veranderingen in de journalistiek zelf. In eerste instantie bestond er een afkeer tegen illustraties, maar met de opkomst van de populaire pers, begin 1900, groeide ook het belang van de foto. De ontwikkeling van de persfotografie raakte daarmee in een stroomversnelling. De populaire pers wilde ook de lagere klassen bereiken, en ontwikkelde een vorm die voor veel mensen toegankelijk was. Foto's bleken daarvoor bijzonder geschikt.<sup>42</sup>

### 1.3.2 Fotoselectie: selectiemomenten in de totstandkoming van het beeld

In de fotografie zijn meerdere selectiemomenten. Bij mijn onderzoek draait het om de fotoselectie van de samensteller. Hij selecteert uit de bestaande fotobestanden, maar daarvoor zijn al meerdere selecties geweest. Je zou de theorie rondom *gatekeeping* ook op fotoselectie toe kunnen passen.

<sup>38</sup> B. Wisman, *Argusogen*, 8-12

<sup>39</sup> B. Kester, 'Onder vuur- het ontstaan van de Nederlandse fotojournalistiek'. In: J. Bardeel, C. Vos, F. van Vree, H. Wijffes (red.), *Journalistieke cultuur in Nederland*. Amsterdam University Press, Amsterdam 2002, 238-240

<sup>40</sup> B. Wisman, *Argusogen*, 11-12

<sup>41</sup> B. Kester, 'Onder vuur.' 242-243

<sup>42</sup> T. Luijendijk, "Kijk die foto in de krant", Stichting Krant in de klas, Amsterdam, 1986, 1-3.

Om een goed idee te krijgen van de totstandkoming van beelden zullen een aantal selectiemomenten in deze paragraaf besproken worden.

De eerste die een selectie maakt is de fotograaf. Hij selecteert het moment en de compositie, welke volgens hem het meest de essentie van het verhaal weergeeft. Er wordt gezegd: ‘The camera cannot lie’, maar door de selectie kan een foto wel degelijk een bijdrage aan de onwaarheid leveren. Immers, wat de fotograaf uiteindelijk vastlegt, is slechts een deel van het gebeuren. Je moet je dus realiseren dat een foto niet alleen een weergave van de werkelijkheid is, maar ook het resultaat van een aantal keuzes. De manier van fotograferen is in de loop der jaren veranderd. Waar het in eerste instantie ‘slechts’ ging om het vastleggen van de gebeurtenis, speelt nu de compositie een steeds grotere rol. In tegenstelling tot de schrijver heeft de fotograaf vaak maar één kans om het plaatje te schieten. Als de fotograaf iets ‘mist’ kan dat niet meer hersteld worden. Daarom moet goed worden nagedacht over de camerapositie. De journalist kan de fotograaf hierbij sturen. Ook wordt een fotograaf vaak geïnstrueerd door de fotoredacteur. De redacteur kan een foto vaak al ‘in de tekst zien’. Hij kan voordat de foto gemaakt is al ideeën hebben over het eindresultaat, over het soort foto hij graag zou willen hebben. Daarom zijn nieuwsfoto’s soms opgezet of geposeerd. Dit kan soms praktische en ethische problemen opleveren. Er kan niet van mensen gevraagd worden een bepaalde reactie nog eens over te doen. Maar zolang de foto echt is en in ‘the spirit of the story’ is het geoorloofd, zegt Evans.<sup>43</sup> Vooral bij grote evenementen wordt vooraf over camerastandpunten nagedacht, bijvoorbeeld bij huwelijken, begrafenissen of politieke toespraken. Soms worden deze standpunten door de ‘te fotograferen persoon’ opgelegd. Een fotograaf kan dus ook beperkt worden door vooraf opgelegde regels. Ook in oorlogen is dit het geval. Vaak zijn er afspraken gemaakt. Denk bijvoorbeeld aan het ‘embedded journalism’ van de Amerikanen in de oorlog in Irak (2003) en het poolsysteem (Golffoorlog, 1991). Ook censuur en zelfcensuur beperken de mogelijkheden bij het tot stand komen van het beeld.

De fotograaf moet dus bovenal beschikken over initiatief en passie, want dat blijven ondanks de techniek en planning de belangrijkste eigenschappen voor een goede nieuwsfoto. Een ‘brutale’ fotograaf komt op plekken waar anderen niet komen en een fotograaf moet blijven verrassen. Daarom is het vaak nodig snel beslissingen te nemen.<sup>44</sup>

Naast de fotojournalist speelt ook de fotoredacteur een grote rol in de selectie bij de totstandkoming van het beeld. Hij kan elementen selecteren of onderdrukken. Hij beslist dus wat uiteindelijk afgedrukt wordt. Wanneer hij bijvoorbeeld het beeld ‘opblaast’ kunnen kleine details grote betekenis krijgen. Daarom is het belangrijk je hiervan bewust te zijn. Volgens Evans heeft de (foto)redacteur verschillende mogelijkheden om

---

<sup>43</sup> H. Evans, *pictures on a page*, photo-journalism, graphics and picture editing. Pimlico, Londen, 1997, 23

<sup>44</sup> H. Evans, *pictures on a page*, 19-43

het fotomateriaal te bewerken. Deze handelingen kunnen dus een nieuwe betekenis tot gevolg hebben. De ingrepen van de (foto)redacteur zijn de volgende:

- Bepalen van het formaat (gevolgen voor de leesbaarheid en emotionele impact)
- Sequentie: Het plaatsen van een fotoserie
- Cliché: Het herhaaldelijk plaatsen van een zelfde soort foto
- Derde effect: Verschillende beeldinhouden tegenover elkaar stellen.
- Kadrering: Het wegsnijden van een deel van de foto.
- Begeleidende tekst: De kop bij de foto en het onderschrift.<sup>45</sup>

Gedurende het hele proces, dat begint bij de fotograaf en eindigt bij de lezer, wordt invloed uitgeoefend op de informatieoverdracht. De fotograaf die de foto op een bepaalde manier maakt, de redactie van een krant (of het jaarboek) die de foto in een bepaalde context plaatst en de lezer die de foto met eigen persoonlijkheid en kennis en vanuit de eigen achtergrond bekijkt. Fotojournalistiek vereist meer kwaliteiten dan voorheen, meer ‘critical analyses’, meer bewustheid bij de persoon die de foto op een pagina bekijkt.<sup>46</sup>

Bij de productie van het beeld staat een ding vast: er mag niet mee geknoeid worden. Toen de techniek van foto’s nog niet als dusdanig was, experimenteerden fotografen met het ‘retoucheren’ van hun foto’s. Afbeeldingen werden compleet veranderd door er dingen bij de tekenen. Maar het gebeurde ook dat een foto juist dichterbij de waarheid kwam, omdat het vanwege de techniek niet mogelijk was iets af te drukken zonder twee negatieven over elkaar te leggen.<sup>47</sup> Tegenwoordig wordt het niet meer geaccepteerd dat je aan beeldmateriaal knoeit. De foto brengt ook een journalistieke boodschap over en je moet er dus op kunnen vertrouwen dat het waar is wat je ziet. Wanneer foto’s nu bewerkt zijn, wordt dit er altijd bij gemeld.

### 1.3.3 Fotoselectie: de keuze voor een foto

In de vorige paragraaf is besproken wie betrokken zijn bij de totstandkoming van een foto/beeld. Dit beeld bereikt vervolgens het publiek. In deze paragraaf zal ingegaan worden op de selectiecriteria voor de keuze van een foto. Al eerder in dit hoofdstuk werd gesproken over nieuwsselectie en selectiecriteria. Fotoselectie is echter nog altijd vaak een kwestie van intuïtie. Evans betreurt dit, omdat er wel standards zijn, maar niemand kent ze. Uit zijn onderzoeken blijkt dat een gepubliceerde foto aan tenminste één van drie waarden voldoet. Een foto die aan geen een van de waarden voldoet zal genegeerd worden. De drie waarden die hij noemt zijn: *animation*, *relevant context* en *depht of meaning*.

Volgens Evans zijn er twee redenen om een ‘saaie’ foto van gezichten te plaatsen: Ten eerste, wat Evans *telephone directory journalism* noemt: bekende gezichten ‘verkopen’. Als tweede reden noemt hij dat

---

<sup>45</sup> Opsomming ontleend aan: L. Zweers, *Onderzoeksaanpak, Kwalitatieve analyse Het Nederlandse detachement in Irak van juni 2003 tot en met december 2004*, Research workshop Media en Maatschappij 2, Fotojournalistiek, Erasmus Universiteit 2004-2005.

<sup>46</sup> H. Evans, *Pictures on a page*, Voorwoord

<sup>47</sup> Wisman, *Argusogen*, 48.

journalisten het als afgezaagde saaie onderwerpen zien. Dergelijke foto's voldoen niet aan één van de criteria welke Evans noemt.

Er is niets mis met cliché onderwerpen, maar je moet ze wel op een levendige manier in beeld brengen, stelt Evans. Daarom zal een goede fotograaf niet simpelweg de gebeurtenis fotograferen, maar zoeken naar *animatie*. Op deze manier wordt het geen standaard plaatje. Er zijn gevallen waarin het gebrek aan animatie geen bezwaar is, maar de foto moet wel informatie hebben. Een 'levenloze' foto blijkt vaak gebrek aan *relevante context* te hebben. Daardoor zijn ze vaak neutraal. Om een onderwerp in de context te plaatsen, is vaak wel wat organisatie vereist. Vaak geeft de achtergrond informatie. Een derde punt waaraan je de waarde van een foto kunt testen vereist meer uitleg. Animatie kan op zichzelf cliché worden. Als je erg gericht bent op animatie kan een foto zijn significantie verliezen. Vooral bij foto's zonder mensen -die vaak geen animatie hebben, en waarbij de context vaak uitgelegd moet worden- is het derde criterium van toepassing, namelijk de *betekenis*. Vaak is dit een descriptieve foto, en behoeft dus wat uitleg in tekst, waardoor betekenis wordt gegeven. Er is niet één betekenis aan een foto te geven. Mensen kijken immers niet alleen met hun ogen, maar ook met hun herinneringen en vooroordelen. Een foto kan dus op meerdere manieren gelezen worden, meerdere betekenissen hebben. Naast tekst kan ook symboliek een foto betekenis geven. De foto bevat dan vaak minder informatie, maar wel veel 'emotional appeal'. Een voorbeeld van zo'n foto is een van een vlag. Het zien van het 'nationale symbool' kan bij mensen verschillende gevoelens oproepen. Een foto zonder mensen kan dus wel een hoog *human interest* gehalte hebben (bijvoorbeeld bij een foto van de gevolgen van rampen). De foto heeft dus geen verdere uitleg nodig, iedereen kan de foto 'lezen'. Ook door foto's naast elkaar te plaatsen kan betekenis worden gegeven. Dit kan op twee manieren; *suggestive* en *documentary*. Soms zijn foto's op zichzelf niet sterk, maar wel als ze in vergelijking tot elkaar worden gepubliceerd. Dan wordt betekenis gegeven.<sup>48</sup>

### 1.3.4 Eigenschappen van een (goede) nieuwsfoto

Uit bovenstaande paragraaf blijkt aan welke waarden een goede foto zou moeten voldoen. Maar wat betekent dat voor de inhoud van de foto?

Het belangrijkste van een goede nieuwsfoto is niet de kwaliteit van de foto, maar het feit dat het beeld inhoud (betekenis) heeft. Evans geeft in zijn boek een aantal voorbeelden van betekenisvolle nieuwsfoto's, welke gemaakt zijn door amateur-fotografen, of geregistreerd door beveiligingscamera's. De foto moet een verhaal vertellen, en voldoen aan de continue vraag van het publiek naar nieuws –'*the sensation of being there*' en '*an image the mind can hold*'.

We hebben behoefte aan een visuele bevestiging. Ook zonder twijfel is er behoefte aan een plaatje. We willen het zien, ook al geloven we wat er gebeurd is. De momentopname ('still') van een foto zal de manier zijn

---

<sup>48</sup> H. Evans, pictures on a page, 47-66



waarop we iets herinneren. Vanwege deze kracht van het ene beeld heeft de televisie de nieuwsfotografie nog niet verdrongen. Het is immers makkelijker je te concentreren op een plaatje, dan op een hele reeks (bewegende) beelden. Ook kan een beeld rijker van betekenis zijn., omdat het alle emoties rondom een onderwerp vat. Daardoor kan de foto veel indruk maken. Juist de 'stillness', een moment bevrozen, creëert de impact. Emotie is geen vereiste voor een goede nieuwsfoto is. Mensen moeten zich de foto kunnen herinneren.

In zijn boek toont Evans ter illustratie van zijn verhaal een aantal foto's van opzienbarende gebeurtenissen (bijvoorbeeld de oorlog in Vietnam) De beelden die wij ons zullen herinneren van oorlogen zijn vaak vreselijk. De foto's die Evans echter toont zijn 'zachter'. Deze foto's kunnen betekenis hebben op verschillende niveaus of kunnen een symbool worden voor een groter terrein. Evans illustreert dit onder ander met een foto van Mussolini. De foto is genomen vanuit kikvorsperspectief, en Mussolini draagt een uniform. Deze foto is nu het symbool voor onbeschoftheid en dictatorschap. Zo kunnen foto's na jaren hun inhoudelijke waarde verloren zijn, maar de symboliek van de foto zal nog altijd begrepen worden (Hoewel symboliek ook tijdsgebonden is) Ook gebaren en gezichten kunnen symboliek bevatten. Zo hoort bij een overwinning een gebalde vuist in de lucht. Het risico hierbij is om in clichés te vervallen. Er is ook een gebied waarin fotojournalistiek over kan gaan in propaganda. Ook hiervan zijn voorbeelden te over.

Gesteld wordt dat het feit dat veel media in zwart-wit afdrucken een ander nadeel van persfotografie is in vergelijking met kleurentelevisie. Toch is deze stelling niet juist, stelt Evans. We hebben geleerd om zwart-wit foto's te 'lezen'. Vaak ben je je niet eens bewust van het feit dat de foto niet in kleur is. Soms heeft zwart-wit zelfs de voorkeur. Contrasten worden duidelijker, de foto krijgt meer diepte, nuances en sfeer komen beter tot uitdrukking.

Naast de zwart-wit foto, wordt ook de descriptieve foto vaak genegeerd. Deze foto heeft geen dramatisch karakter of symboliek, en lijkt daardoor saai. Maar wanneer je de foto goed bekijkt zie je dat de essentie van de foto eerder interessant is dan spannend. De foto bevat vaak veel informatie en behoud daardoor zijn waarde. Toch wordt deze vorm vaak genegeerd, en wordt vaker gekozen voor een levendige in plaats van een 'saai' foto. Echter, een descriptieve foto heeft veel meer details. En bovendien: als de context duidelijk is zegt de houding van de mensen op de foto meer en zal de foto over vijftig jaar nog steeds interessant zijn. Voor de jaarboeken zou deze foto het interessants moeten zijn. Ervan uitgaande dat zij een lange 'houdbaarheidsdatum' willen nastreven.<sup>49</sup>

### 1.3.5 Semiologie

Grondleggers voor de semiologie, ook wel semiotiek genoemd, zijn de Amerikaan Pierce en de Zwitser De Saussure. Onafhankelijk van elkaar hebben zij zich bezig gehouden met het ontwikkelen van een 'tekenleer'.

---

<sup>49</sup> H.Evans, pictures on a page, 2-18

Semiologen beschouwen cultuur als communicatie tussen mensen, als het zenden en ontvangen van boodschappen en tekens.<sup>50</sup> Bij semiologie draait het om de wijze waarop betekenissen via tekens tot stand komen en de manier waarop die betekenissen via teksten of foto's worden overgedragen. Om op deze manier meer inzicht te krijgen in de essentie van de fotografie.<sup>51</sup>

Er zijn twee belangrijke punten in de semiologie. Ten eerste is er de immanente analyse. Tekens worden dan bestudeerd los van de maatschappelijke context. Een ander belangrijk kenmerk van een semiologische analyse is de opvatting dat alle tekens uit twee lagen bestaan.<sup>52</sup> Hierbij wordt er vanuit gegaan dat ieder teken of iedere boodschap twee lagen heeft: de zintuiglijk waarneembare (denotatie) en de interpretaties die dat oproept bij de lezer (connotatie). Deze tekens zijn cultureel gegroeid. De mens kan deze tekens 'lezen' en interpreteren. Er zijn tekens waarvan de betekenis gebaseerd is op algemeen aanvaarde afspraken, zoals verkeersborden, of waarvan de betekenis in brede kringen van de maatschappij bekend is (bijvoorbeeld van kleuren). Echter, de interpretatie van beelden kan voortkomen uit heel persoonlijke gedachten of herinneringen, en kan dus van mens tot mens verschillen. De foto is een interessant onderzoeksgebied voor de semiologie.<sup>53</sup>

Barthes heeft in zijn 'Le message photographique' (1961) geprobeerd het medium fotografie semiologisch te analyseren. Hij kwam tot de conclusie dat het onmogelijk is fotografische beelden te analyseren, zonder daarbij de maatschappelijke context te betrekken. Bij foto's is geen sprake van een systeem of grammatica, zoals bij taal of muziek. Hij stelt dat er verschillende betekenissen aan *de fotografische boodschap* worden gelegd gedurende verschillende fases in het communicatieproces, de productie, de distributie en de consumptie. Hij brengt hiermee de bestudering van fotografie in de communicatiewetenschap.<sup>54</sup>

Barthes noemt een aantal momenten waarop betekenisverlening kan plaatsvinden:

Tijdens de productie:

- Trucage: door middel van technieken kan het gemaakte beeld aangepast worden. Dit gebeurt bewust, ten behoeve van een bepaald effect.
- Pose Er bestaan in de samenleving stereotype houdingen die bepaalde betekenissen oproepen. Vanuit onze cultuur, een andere cultuur maar in ieder geval de cultuur van de fotograaf. De foto krijgt betekenis doordat stereotype houdingen en uitdrukkingen binnen een cultuur associaties oproepen.
- Objecten: Voorwerpen kunnen algemeen geaccepteerd zijn als algemeen geaccepteerd en verbonden met bepaalde onderwerpen of begrippen.

---

<sup>50</sup> T. Luijendijk, *een rustpunt voor het oog*. Een studie naar de selectie van foto's bij acht Nederlandse dagbladen. Vakgroep massacommunicatie, 1983, 8

<sup>51</sup> L. Zweers, *Collegehandleiding fotojournalistiek*, Rotterdam, november 2004, Erasmus Universiteit.

<sup>52</sup> T. Luijendijk, *Een rustpunt voor het oog*, , 8-9.

<sup>53</sup> T. Luijendijk, *Kijk die foto in de krant!*, Stichting krant in de klas, Drukkerij Noord Holland B.V., Hoorn 1986, 16

<sup>54</sup> T. Luijendijk, *Een rustpunt voor het oog*, 11-12

- Het fotogenieke: Hiermee bedoelt Barthes het gebruik van verschillende fotografische technieken, Zoals belichting en wijze van afdrucken, het camerastandpunt en de (uiteindelijke) begrenzing van de werkelijkheid (gekozen door de fotograaf).
- Esthetiek: Barthes beschouwd het esthetisch maken van een foto als het zichzelf tot kunst verklaren. Dat wil zeggen dat door middel van compositie of speciale technieken geprobeerd wordt op andere kunsten te lijken.

Tijdens de distributie:

- Syntaxis: Verschillende foto's samen kunnen een sequentie vormen. De connotatieve betekenis zit niet langer op het niveau van afzonderlijke foto's, maar op die van de aaneenschakeling. Evans noemt dit *het derde effect*. De syntaxis is dus het verhalende element van een foto, en geeft ook mogelijkheden tot het invoeren van nieuwe connotaties.<sup>55</sup>
- Relatie tekst/ beeld: De tekst, onderschriften en bijschriften vormen bij het beeld een afgeleide boodschap. Meestal accentueert de tekst bepaalde connotaties.

Tijdens de consumptie:

Waarnemen is betekenis geven. De betekenis van dingen kan geleerd worden. Eco zegt dat waarnemen het proces van herkennen is. Hij vraagt zich af of het bij de waarneming van foto's gaat om dingen die men ziet of om dingen die men kent. Barthes onderscheidt naast 'waarnemingsconnotaties' ook cognitieve- en politiek/ideologische connotaties.<sup>56</sup>

### 1.3.6 Veranderingen in de relatie tussen tekst en beeld

In dit onderzoek wordt ook gekeken naar de relatie tussen tekst en beeld in de jaarboeken. Wat is de verhouding tussen tekst en foto? In de journalistiek is een toenemende intergratie van woord en beeld vast te stellen. Informatie wordt steeds vaker op een visuele manier vorm gegeven. De journalistiek richt zich minder sterk op woord, en meer op beeld. Om informatie voor een breed publiek toegankelijk te maken worden steeds vaker 'infographics' toegepast. Door nieuwe technologische ontwikkelingen is het makkelijker om illustraties te reproduceren. Dit werd bovendien versneld doordat journalisten de beschikking kregen over 'graphic-computers'. Maar vooral de veranderde rol van gedrukte media speelde een rol bij de opkomst van infographics.<sup>57</sup> Deze ontwikkeling kan ook van invloed zijn op de totstandkoming van de jaarboeken.

---

<sup>55</sup> Barthes 'De fotografische boodschap', een vertaling van 'Le message photographique' (1961) van Roland Barthes in filmblad Skrien nr. 92/93, 1980, 45-46 en T. Lujendijk, *een rustpunt voor het oog*, 12.

<sup>56</sup> T. Lujendijk, *een rustpunt voor het oog*, 14.

<sup>57</sup> L. Lichtenberg, *De virtuele krant*. Uitgevers en journalisten op nieuwe wegen. In: Journalistieke cultuur in Nederland., (427-444) 438-439

#### **1.4 Veranderingen in het communicatielandschap**

Tot slot wil ik op deze plaats nog even stil staan bij ontwikkelingen in het communicatielandschap. Het gaat te ver om op deze plek al te uitgebreid hierop in te gaan, maar ik wil het wel even kort aanhalen. In dit onderzoek wordt namelijk één jaarboek behandeld, dat gerelateerd is aan een krant. De andere jaarboeken zijn producten van een uitgeverij. In deze paragraaf zal een korte schets gegeven worden van de ontwikkelingen die van invloed kunnen zijn geweest op de bij dit onderzoek betrokken organisaties.

Journalistiek gezien was de ontzuiling een interessante periode. Kranten werden steeds vrijmoediger en hadden minder de neiging politieke idealen na te jagen. Het accent verschoof van een politieke opstelling naar meer journalistieke afwegingen. De opkomst van de televisie zorgde bovendien dat informatievoorziening en opinievorming niet langer voorbehouden was aan gedrukte media. Door radio en televisie werd de exclusieve rol van het gedrukte woord doorbroken. In de jaren tachtig zijn er in het communicatielandschap nog meer veranderingen opgetreden. Dit kwam door de opkomst van de computer, en later ook het internet. De samenleving werd geleidelijk een 'informatiesamenleving'.

Diversificatie (voor elke informatie is er een medium) en convergentie (intergratie van telecominfrastructuur) zorgen voor een toename in de informatie en voor het in elkaar overvloeien van ooit gescheiden mediasectoren.

Als gevolg van deze ontwikkelingen zijn uitgevers beland in een situatie waarin de afzet van gedrukte media gestabiliseerd is. Het management van persbedrijven moet alert zijn op maatschappelijke en technische ontwikkelingen, en daar creatief op reageren. Uitgevers zijn daarom permanent op zoek naar mogelijkheden tot productinnovatie en het aanboren van nieuwe markten. In de meeste gevallen zijn krantenbedrijven in Nederland uitgegroeid tot een onderneming die meer op de markt brengt dan alleen een krant. Dit sluit wel aan bij het oorspronkelijke product.<sup>58</sup>

#### **1.5 Tot slot**

In dit hoofdstuk is getracht het begrip nieuws te definiëren. Dit bleek niet eenvoudig te zijn. Een 'harde' definitie kan niet worden gegeven. Zowel voor nieuwsgebeurtenissen als voor persfoto's zijn selectiecriteria die resulteren in het wel of niet kiezen voor een gebeurtenis of foto. Waarom iets als nieuws of goede wordt beschouwd blijft subjectief. De productie van nieuws blijft mensenwerk.

Zowel Barthes als Evans kijken naar wat betekenis geeft aan een foto. Barthes kijkt naar de betekenis van tekens en Evans richt zich voornamelijk op de handelingen van een fotoredactie. Deze theorieën zijn interessant, omdat ze niet alleen aangeven wat we op de foto zien, en waarom het een goede foto is, maar ook in welke context we de foto moeten plaatsen. In het volgende hoofdstuk zal ik hier nog op terugkomen.

---

<sup>58</sup> L. Lichtenberg. *De virtuele krant*, (427-444) 427-429

In dit hoofdstuk zijn de theorieën rondom mijn onderzoeksgebied besproken. In het volgende hoofdstuk keren we terug naar het centrale onderwerp van deze scriptie: de jaarboeken van 2004. In dit hoofdstuk zal de onderzoeksopzet nader uiteengezet worden. Op deze manier wordt duidelijk op welke wijze getracht wordt een antwoord te krijgen op de in de inleiding geformuleerde vraagstelling.

## **Hoofdstuk 2 De onderzoeksopzet**

### **Inleiding**

Mijn onderzoek valt onder de zogenaamde gatekeeping-studies, zoals uiteengezet is in het vorige hoofdstuk. Bij het samenstellen van de jaarboeken zijn meerdere gatekeeping-processen. Ten eerste het selectieproces met betrekking tot de onderwerpkeuze. Zoals gezegd dienen de samenstellers van jaaroverzichten een selectie te maken uit het enorme nieuwsaanbod van een jaar. Met dit onderzoek wil ik nagaan hoe dit proces verloopt, oftewel welke factoren bepalen de onderwerpkeuze? Het is interessant te bekijken in hoeverre dit proces afwijkt van het beschreven selectieproces van kranten. Tevens kijk ik naar het resultaat van dit proces, oftewel welke onderwerpen worden gekozen?

Het tweede selectieproces heeft betrekking op de fotokeuze. Hoe worden de foto's gekozen, en welke foto's worden uiteindelijk geplaatst. Ook hier geldt weer dat er een groot aanbod beschikbaar is. Hoe kiest de samensteller dan het beeld? Welke argumenten spelen hierbij een rol? Bovendien is dit lastig, want hoe vat je de essentie samen? Tekst kan herschreven worden, maar een foto niet opnieuw gemaakt.

De keuze van de gebeurtenis en de foto resulteert in de samenstelling van het jaarboek. Maar in dit onderzoek kijk ik ook naar de presentatie van de nieuwsgebeurtenissen en de foto's, waarbij ook aandacht wordt besteed aan de relatie tekst-foto. Ik probeer te achterhalen welke factoren hierop van invloed zijn, en hoe groot de invloed van de doelgroep is. In onderstaande paragrafen zal ik de onderzoeksopzet uiteen zetten.

### **2.1 Onderzoeksmethodes**

Zoals in het inleidende hoofdstuk van deze thesis aangegeven werd, luidt de vraagstelling van dit onderzoek als het volgt:

*Hoe komt de samenstelling van een jaarboek tot stand en wat zijn de verschillen en overeenkomsten in de onderwerpkeuze en de wijze waarop de gebeurtenissen (in beeld en tekst) gepresenteerd worden tussen drie jaarboeken van 2004? Hoe zijn deze overeenkomsten en verschillen te verklaren?*

Om antwoord te kunnen geven op deze vragen heb ik verschillende onderzoeken uitgevoerd. De gebruikte onderzoeksmethodes zullen in onderstaande deelparagrafen uitgewerkt worden.

### 2.1.1 Selectieproces: interviews

Elke dag worden we overladen met nieuwsberichten. Deze verschijnen onder andere in kranten. Maar niemand heeft de kranten van, pakweg, tien jaar geleden bewaard. Het jaarboek staat nog altijd in de kast. Daarom is het jaaroverzicht een informatiebron voor een grote groep mensen.<sup>59</sup> Een jaarboek maakt een selectie uit de nieuwsgebeurtenissen die het afgelopen jaar de revue zijn gepasseerd. Op deze wijze wordt het nieuws uit dat jaar verengd en gestuurd door de overzichten. Via de kwantitatieve analyse zal ik achterhalen *wat* de samenstellers kiezen. Later meer hierover. Via interviews wordt getracht te achterhalen *hoe* ze kiezen. Hoe werkt dit selectieproces? Hoe komt de keuze voor de onderwerpen tot stand? Welke onderwerpen halen het wel, en welke niet? En welke verklaring kan hiervoor worden gegeven? Is dit proces bij alle jaarboeken hetzelfde? Voor alle jaaroverzichten geldt, dat herkenbaarheid voor zowel de lezer als de maker een belangrijk vereiste is. Wat betekent dat voor het selectieproces? Ik veronderstel dat bij het jaarboek dat wordt uitgegeven door *De Telegraaf* het selectieproces anders zal zijn. Zij maken voor hun kranteneditie dagelijks een selectie van het nieuws. Bovendien hebben zij ook eigen nieuwsgaring. En in hoeverre speelt de eigen identiteit van het jaarboek mee bij de onderwerpkeuze? De jaarboeken *Dit was 2004* en *Het aanzien van 2004* zijn commerciële producten, niet gebonden aan een krant of zuil. Ook het jaarboek van *De Telegraaf* is weliswaar ook een commercieel product, maar afkomstig uit de koker van een dagbladconcern. Dit heeft wellicht consequenties.

Aan de hand van interviews zal ik proberen te achterhalen hoe dit selectieproces verloopt, hoe de samenstellers tot hun onderwerpkeuze komen en welke factoren van invloed zijn op de onderwerpkeuze.<sup>60</sup>

Hetzelfde geldt voor de fotokeuze. Foto's spelen in de jaaroverzichten een belangrijke rol. Fotoboeken zijn geliefde 'heb-' en 'geef-'boeken, omdat ze het goed doen op de salontafel. Maar om commercieel aantrekkelijk te zijn moeten ze wel algemeen en breed opgezet zijn, met veel foto's en weinig tekst. Overzichtswerken zijn dan ook vaak opgezet volgens de formule 'praatje-plaatje'. De foto/ het beeld is bij de jaarboeken een belangrijk uitgangspunt. Dit wordt door de samenstellers van de drie jaarboeken van dit onderzoek onderschreven. Maar niet alle onderwerpen laten zich even eenvoudig in beeld brengen. Een economische crisis bijvoorbeeld is moeilijker in beeld te brengen dan de dood van een lid van de Koninklijke familie. In hoeverre speelt dit argument voor de jaaroverzichten bij de selectie van de onderwerpen? Wat is de relatie tussen tekst en beeld in dergelijke gevallen? Ook met betrekking tot de fotokeuze veronderstel ik dat het selectieproces bij *De Telegraaf* anders zal verlopen. Zij hebben immers ook eigen fotografen in dienst. In hoeverre speelt dit een rol bij de keuze voor een foto? Heeft een foto van een eigen fotograaf voorrang? Ook het fotoselectieproces zal ik via interviews trachten te achterhalen. Ik ga na hoe samenstellers tot hun

<sup>59</sup> [www.hetaanzienvan.nl](http://www.hetaanzienvan.nl) bezocht op 12 juni 2005

<sup>60</sup> Zij voor de uitwerking van de interviews bijlage I

fotokeuze komen en welke factoren van invloed zijn op de fotokeuze. Ook zal uit de interviews moeten blijken hoe groot de invloed van de samenstellers op de onderwerp- en fotokeuze is.

### **2.1.2 De onderwerpkeuze en de presentatie: kwantitatieve inhoudsanalyse**

Uiteindelijk resulteert het selectieproces in een onderwerpkeuze. Deze gebeurtenissen zullen in het jaarboek gepubliceerd worden. Naast inzicht krijgen in het selectieproces, ga ik in dit onderzoek ook na wat het resultaat van dit proces is. Uit onderzoek van Luijendijk en anderen blijkt dat er wel overeenkomsten zijn in wat onder nieuws wordt verstaan, maar dat dit uiteindelijk niet tot dezelfde nieuwsselectie leidt. In dit onderzoek zal ik nagaan of dit ook voor de samenstelling van de jaarboeken geldt. Andersom is ook mogelijk: wellicht hanteren de samenstellers van de jaarboeken een ander selectieproces, maar leidt het wel tot eenzelfde onderwerpkeuze. Dit moet uit de kwantitatieve inhoudsanalyse blijken.

Bij de vergelijkende kwantitatieve inhoudsanalyse zullen via een invulschema algemene variabelen aan bod komen, zoals ‘pagina’, ‘formaat’, ‘bron/fotopersbureau’ en ‘kop artikel’. Ook zal op kwantitatief niveau gekeken worden naar de foto’s: ‘kleur/zwart wit’, vierkante centimeter tekst en foto, aantal foto’s bij onderwerp, enzovoort. Deze methode is ontleend aan de eerder genoemde colleges fotojournalistiek van Louis Zweers.<sup>61</sup>

De nieuwsgebeurtenissen worden ingedeeld aan de hand van zestien thema’s. Ik zal de thema’s die in die onderzoek gebruikt worden later in dit hoofdstuk uitdiepen. De thema indeling is tot stand gekomen aan de hand van de thema-indeling die gehanteerd is in het onderzoek van Kleppe, en is na een pilotstudy bijgesteld. Naar aanleiding van deze thema-indeling zal blijken aan welke thema’s de jaarboeken aandacht schenken en of een jaarboek meer aandacht aan bepaalde thema’s schenkt. Op deze wijze zal ook een vergelijking tussen jaarboeken mogelijk zijn.

*Het aanzien van 2004* en *Dit was 2004* richten zich ook op Vlaanderen als afzetmarkt. Of dit consequenties heeft voor de onderwerpkeuze zal uit mijn onderzoek moeten blijken. Daarom heb ik de variabele ‘Binnenlands- buitenlands- Belgisch nieuws’ opgenomen. Centraal staat de vraag of in jaarboeken meer Belgische nieuwsberichten worden geselecteerd, wanneer ook Vlaanderen tot de afzetmarkt behoort. Immers, ook het Belgische lezerspubliek moet zich herkennen in de gekozen selectie, zo veronderstel ik.<sup>62</sup>

Soms zegt kwantitatieve ‘fototellerij’ niets over de informatie die de foto overdraagt (bijvoorbeeld het aangeven van de vierkante centimeters). De noodzaak van het kwantitatieve en manifeste karakter van de inhoudsanalyse is echter van groot belang. Bij foto-onderzoek speelt subjectiviteit een grote rol. Immers,

---

<sup>61</sup> L. Zweers, *Collegehandleiding fotojournalistiek*, Rotterdam, november 2004, Erasmus Universiteit.

<sup>62</sup> Zie voor de volledig ingevulde schema’s bijlage III



iedereen kan beelden anders interpreteren. Op deze manier wordt getracht dit zoveel mogelijk te beperken (uitsluiten is echter niet mogelijk). Gezien de eigenschappen van het jaarboek en de zeer uiteenlopende onderwerpen die behandeld worden, is het ‘standaardiseren’ van de inhoud van de foto’s niet eenvoudig. De informatie die de foto overdraagt is getracht enigszins inzichtelijk te maken aan de hand van de volgende variabelen:

- Wat geeft de foto betekenis? Mensen/ Objecten/ Gebouwen/ Natuur/ Dier. (vb voertuigen ook objecten)
- Bevat de foto emotie? Zo ja, is dit door gelaatsuitdrukking of houding?
- Bevat de foto beweging? Zo ja, is dit van mensen of objecten?
- Is er op de foto sprake van chaos, vernielingen of ravage?
- Zijn er (gewonde) slachtoffers zichtbaar?
- Is er sprake van oproer, geweld of demonstraties?<sup>63</sup>

Uitgangspunt bij de beoordeling hiervan is de fotografische boodschap. Wat wil de samensteller van het overzicht overbrengen door de keuze voor deze foto? Dit is niet altijd even eenvoudig te beoordelen, en blijft een subjectief proces. Ik heb in dit onderzoek geprobeerd zoveel mogelijk gestandaardiseerd en efficiënt te werken. In de praktijk houdt dit in dat er op de foto objecten of gebouwen kunnen staan, maar de foto dan toch beoordeeld wordt in de categorie ‘mensen’. Ook kan het voorkomen dat er wel een beweging wordt gesuggereerd, maar deze toch niet als zodanig wordt beoordeeld. Wanneer bijvoorbeeld de familieleden van André Hazes met zijn grafkist door de Arena lopen zijn het de kist en het stadion die de foto betekenis geven, en niet de beweging. Bij een foto van wielrenster Leontien van Moorsel op weg naar haar gouden medaille in Athene is het juist de beweging welke van belang is voor de inhoud van de foto (en bijvoorbeeld niet het juichende publiek op de achtergrond).

Er is niet gekeken naar de manier waarop (foto)redacteuren de foto bewerkt kunnen hebben. Het is moeilijk te achteraf achterhalen welke bewerkingen bij een foto zijn toegepast. Daarom staat de boodschap die de foto, zoals opgenomen in jaarboek, overbrengt centraal. (wat is er op de foto te zien, wat geeft de foto betekenis) Ook zal worden gekeken naar de teneur van de tekst en de foto. Deze variabele is ook opgenomen naar aanleiding van de onderzoeksopzet van Louis Zweers.<sup>64</sup> De teneur van de tekst heeft betrekking op de kop van het artikel. De inhoud van het artikel en het eventuele onderschrift zijn buiten beschouwing gelaten. Vervolgens bekijk ik de teneur van de tekst en de foto in relatie tot elkaar. Verderop in dit hoofdstuk zullen deze begrippen verder uitgewerkt worden.

---

<sup>63</sup> aan de hand van het onderzoek van Luijendijk tot deze variabelen gekomen.

<sup>64</sup> Zoals aangedragen in het onderzoekscollage Fotojournalistiek, Erasmus Universiteit Rotterdam, 2004-2005.

## Blik op de terugblik

---

In de onderstaande tabel wordt een schematische weergave gegeven van de dataverzameling *per gebeurtenis*. Het kan voor komen dat een gebeurtenis meerdere foto's bevat. Deze foto's zijn dan ook beoordeeld aan de hand van de variabelen met betrekking tot de foto.

<b>Jaarboek</b>	
Pagina	
Datum	
Soort nieuws	<b>hard, zacht, pseudo of spot</b>
Onderwerp (keuze uit 16)	
Binnenlands, buitenlands of Belgisch nieuws	
Kop en eventueel subkop	
Teneur kop	<b>Positief/ negatief/ neutraal</b>
Teneur foto	<b>Positief/ negatief / neutraal</b>
Teneur in combinatie	<b>Positief/ negatief/ neutraal</b>
Extra informatie op pagina	<b>Tekst/ grafisch/ tabel/ overzicht/ onderschrift</b>
Aantal foto's bij gebeurtenis	
Fotonummer (zelf geven)	
Cm2 tekst	
Cm2 foto	
Naam fotograaf of persbureau	
Mensen/ Objecten/ Gebouwen/ Natuur/ Dier centraal op foto (geeft betekenis aan foto)	
Emotie? Door gelaatsuitdrukking of houding (G of H)	
Beweging? Van mensen of objecten (M of O)	
Chaos, vernielingen en of ravage?	
(gewonde) slachtoffers zichtbaar?	
Oproer/ geweld/ demonstratie?	

### 2.1.3 Kwalitatieve analyse aan de hand van drie case studies

Onderzoeken beperken zich vaak tot fotoberichtgeving over één bepaald onderwerp<sup>65</sup>. Deze specifieke gebeurtenissen kun je onderverdelen in een aantal classificaties, waaruit je bijvoorbeeld het politieke standpunt kunt herleiden. Bijvoorbeeld bij rellen: beledigen politie, oproer en geweld, arrestaties, wapengebruik, demonstraties, gewone omstanders, etc. De mate van aandacht voor verschillende aspecten van een gebeurtenis worden op deze manier duidelijk.<sup>66</sup> Bij een jaarboek is een dergelijke analyse niet mogelijk, want er zijn zeer veel uiteenlopende gebeurtenissen in opgenomen. Ideologische posities zijn daardoor waarschijnlijk moeilijker te achterhalen.

In mijn onderzoek vindt zoals gezegd een kwantitatieve vergelijking tussen de drie jaarboeken plaats. Aan de hand van een aantal casestudies zullen enkele thema's besproken worden, te weten:

- Het overlijden van prinses Juliana en prins Bernhard
- De moord op Theo van Gogh
- De Olympische Spelen en het EK Voetbal

Aan de hand van deze gebeurtenissen zullen de verschillen en overeenkomsten in de wijze van benadering en presentatie van de drie jaarboeken geïllustreerd worden. Er is voor deze drie gebeurtenissen gekozen, omdat hierbinnen diverse benaderingswijzen mogelijk zijn. Uit het kwantitatieve gedeelte zal blijken hoe vaak nieuwsgebeurtenissen geplaatst zijn die in de categorie *Koninklijk Huis* vallen. Uit de case study zal moeten blijken op welke wijze dit gebeurt, of welke andere benadering het jaarboek hanteert. De keuze voor het overlijden van twee voornamen leden van het Koninklijk Huis komt voort uit de vraag of hieruit ideologische uitgangspunten te herleiden zijn. In 2004 zijn zowel prinses Juliana als prins Bernhard overleden. Hoe benaderen de jaarboeken deze gebeurtenissen? *De Telegraaf* is van oudsher een koningsgezinde krant. Wellicht komt dit ook uit het jaarboek naar voren. Hoeveel aandacht geven de jaarboeken aan het onderwerp en op welke wijze wordt de gebeurtenis gepresenteerd? Deze vragen zullen centraal staan.

De keuze voor sport in 2004 komt voort uit het feit dat er in 2004 twee grote sportevenementen zijn geweest, waardoor verondersteld wordt dat de jaarboeken daar veel aandacht aan zullen besteden. De manier waarop winnaars en verliezers in beeld kunnen worden gebracht zijn divers. Ook de keuze voor de onderwerpen kan hierbij uiteenlopen. Kiest het jaarboek alleen voor Nederlandse sporters of komen ook internationale sporters aan bod? Dat zal voor een deel blijken uit de kwantitatieve inhoudsanalyse (door middel van de variabele *binnenlands-buitenlands-Belgisch nieuws*). Door middel van de case study zal duidelijk worden op welke wijze de onderwerpen gepresenteerd worden.

<sup>65</sup> Bijvoorbeeld onderzoek naar de fotoberichtgeving over de multiculturele samenleving, de fotoberichtgeving over de Nederlandse militairen in Irak of de fotoberichtgeving over Rotterdam.

<sup>66</sup> T. Luijendijk, *een rustpunt voor het oog*, 20

Tot slot kijk ik naar de manier waarop de moord op Theo van Gogh gepresenteerd wordt. Deze gebeurtenis heeft eind 2004 bij veel mensen voor beroering gezorgd. Er ontstond een brede maatschappelijke discussie, en ook de spanningen in de samenleving liepen hoog op. Zo werden moskeeën en scholen in brand gestoken en werd de discussie rondom intergratie weer aangezwengeld. Ook is er, binnen de media, veel discussie geweest over de manier waarop enkele media de moord in beeld heeft gebracht. Onder andere de foto op de voorpagina van *De Telegraaf* zorgde voor veel discussie. Hierop was het levenloze lichaam van Van Gogh zichtbaar, met het mes waarmee hij vermoord was duidelijk zichtbaar in zijn borst.

De keuze voor een foto is een lastige keuze. Proberen de samenstellers met de gekozen foto een ‘samenvatting’ te geven van de gebeurtenissen? En herkent de lezer zich in die ‘samenvatting’? Houden de samenstellers rekening met eerdere discussies rondom een gebeurtenis en speelt dit mee bij de keuze van de foto? Hoe zorgen de samenstellers ervoor dat zij niet controversieel definiëren? Dat zijn vragen die centraal zullen staan bij de uitwerking in hoofdstuk 5.

De casestudies zijn geen kwalitatieve fotoanalyses, maar geven ons een indruk over de (wijze van) uitwerking van de gebeurtenissen in het jaarboek. Resultaten uit de kwantitatieve analyse en de interviews zullen worden geïllustreerd aan de hand van concrete gebeurtenissen. Verschillen en overeenkomsten in benadering en presentatie zullen op deze wijze zichtbaar worden.

#### *Relatie tekst/ beeld:*

In mijn onderzoek kijk ik naar de relatie tussen kop, subkop en foto. Analyse van de teksten an sich blijft buiten beschouwing. In de kwantitatieve analyse is gekeken naar de teneur van de kop, de foto, en de combinatie daarvan. Ook in de case study zal gekeken worden naar de relatie tussen tekst en foto. Speciale aandacht is er voor de kop en subkop.

Ook beschrijf ik de informatie die de tekst geeft, en de relatie tot de foto. Door middel van tekst en foto is het mogelijk een bepaald standpunt in te nemen of een ideologie uit te dragen. Wanneer meerdere facetten van de gebeurtenis uiteengezet worden kan dit resulteren in een tegenstrijdige combinatie van kop en foto. De kop van het artikel kan richting geven aan de interpretatie van de foto.

## **2.2 Onderzochte bronnen**

Nu duidelijk is op welke wijze dit onderzoek georganiseerd is, zal ik in deze paragraaf een korte omschrijving van de drie jaarboeken geven. Een uitgebreide omschrijving en een uitwerking van het selectieproces wordt in hoofdstuk 3 gegeven, aan de hand van de onderzoeksresultaten.

*Het aanzien van, twaalf maanden wereldnieuws in beeld*

Het langst lopende jaarboek dat ik in dit onderzoek analyseer is *Het aanzien van*. Dit boek wordt al sinds 1962 uitgegeven, op dit moment door uitgeverij Het Spectrum in Utrecht.<sup>67</sup> Het idee om een dergelijk boek op te zetten ontstond toen het geïllustreerde tijdschrift *Panorama*, veel foto's niet kon plaatsen, terwijl er wel abonnementsrechten betaald waren aan fotopersbureaus. De foto vormde hierbij dus het uitgangspunt. Gaandeweg werd het boek serieuzer en inhoudelijker. De tekst neemt nu ook een belangrijkere plaats in. Het jaarboek is opgedeeld in de volgende thema's: politiek, sport, muziek, koningshuizen, economie en rages. De herkenning is voor samensteller Han van Bree het belangrijkste. Hij noemt dit de 'oh ja-factor'.<sup>68</sup> Het concept van *Het aanzien van* blijkt ijzersterk te zijn. Per jaar worden zo'n 100.000 exemplaren verkocht, waarmee het boek steevast in de top 10 van bestverkochte boeken terecht komt.<sup>69</sup>

*Dit was 2004*

Dit jaar is uitgever Winkler Prins, onderdeel van uitgeverij Het Spectrum, met een nieuw jaarboek gekomen. Van Bree is ook bij de samenstelling van dit boek betrokken. Eindredactie ligt echter in handen van Sacha Buddingh'. Onder andere vanwege het succes van het jaarboek van *De Telegraaf*, werd geconcludeerd dat er een markt was voor een jaarboek dat uitkomt in de cadeaumaand december. Met het boek probeert de uitgever een nieuwe doelgroep aan te boren. In tegenstelling tot *Het aanzien van* –wat als gezinsboek omschreven wordt- richt dit boek zich op jonge, 'vrije' mensen. Bij *Dit was 2004* moet de foto eruit knallen. Het beeld is belangrijker en de tekst korter, zo geeft Van Bree aan.<sup>70</sup> *Dit was 2004* focust meer op beeld en tekst, bij *Het aanzien van* gaat het meer om het verhaal eromheen. De thema's van *Dit was* komen enigszins overeen met die van *Het aanzien van*: Politiek, rampen, cultuur, sport, royalty en varia. Van het boek zijn 10.000 exemplaren verkocht. Dit is minder dan verwacht.<sup>71</sup> Van Bree wijt dit aan het feit dat mensen het boek nog moeten 'leren kennen', en verwacht dat er volgend jaar meer boeken verkocht zullen worden. Het concept blijft gehandhaafd. Wel zal het boek ik samenwerking met RTL worden uitgegeven. De formule blijft hetzelfde, *Het Spectrum* levert nog steeds vrijwel alle pagina's, maar verslaggevers en nieuwslezers van het RTL-nieuws zullen bij ieder thema een inleidend onderwerp van twee pagina's schrijven waar ze zelf bij betrokken zijn geweest, zelf verslag van hebben gedaan.<sup>72</sup>

*Het jaar 2004, emotie in nieuws en sport*

---

<sup>67</sup> Winkler Prins is onderdeel van Uitgeverij het Spectrum.

<sup>68</sup> zie bijlage I, interview Han van Bree

<sup>69</sup> [www.hetaanzienvan.nl](http://www.hetaanzienvan.nl) Bezocht op 4 juli 2005

<sup>70</sup> zie bijlage I, interview Han van Bree

<sup>71</sup> Het is niet duidelijk wat de verwachting van de uitgever/ samensteller was.

<sup>72</sup> zie bijlage I, interview Han van Bree

Het derde jaarboek dat in dit onderzoek aan bod komt wordt sinds 1996 uitgegeven door *De Telegraaf*. Op de nieuwsredactie ontstond toen het idee een jaarboek op te zetten. Het jaarboek heeft dezelfde ‘look en feel’ als de krant. Dit houdt in dat er met kolommen (in verschillende kleuren) wordt gewerkt, dat de foto’s een onderschrift hebben, en dat de onderwerpkeuzes overeenkomen met die van de krant.<sup>73</sup> De teksten van het boek worden door een redactie geschreven. Deze redactie bestaat uit mensen die ook werken bij de krant. De onderwerpselectie ligt grotendeels in handen van Paul Rijpkema, één van de initiatiefnemers van het jaarboek, en inmiddels adjunct hoofdredacteur van de krant.<sup>74</sup> De doelgroep is in principe dezelfde als die van de krant. Die doelgroep wordt omschreven als ‘iedereen die Nederlands kan lezen.’ Dit zegt dus niet zozeer iets over wat voor mensen dit zijn. Het komt er in de praktijk op neer, dat mensen die zich aangetrokken voelen tot *De Telegraaf*, zich ook kunnen vinden in dit jaarboek. Het blijkt dat dit een trouw lezers –en koop- publiek is. ‘Het menselijke’ vormt, volgens Rijpkema het belangrijkste uitgangspunt, zowel voor de onderwerp- als fotokeuze. *Het jaar 2004* heeft geen thema’s opgesteld. Veel aandacht is er voor sport, net als bij de krant. Inmiddels is de formule succesvol gebleken. Van *Het jaar 2004* zijn 110.000 boeken verkocht.<sup>75</sup>

### 2.3 Definitie van de gebruikte begrippen

In deze paragraaf worden de begrippen die in dit onderzoek zijn gehanteerd gedefinieerd. De variabelen die in de kwantitatieve analyse gehanteerd worden, worden uitgewerkt. Tevens zal worden aangeven waarom deze variabelen in het onderzoek zijn opgenomen.

#### *Hard nieuws, zacht nieuws, pseudo nieuws of spot nieuws:*

In dit onderzoek wordt een onderscheid gemaakt tussen vier soorten nieuws. Deze indeling is ontleend aan de scriptie van De Vinck en Devreker over buitenlandse berichtgeving.

In de eerste plaats is er het harde nieuws, waar geen enkel medium omheen kan. Hiertoe behoren de belangrijke politieke, economische en sociale ontwikkelingen, ingrijpende overheidsmaatregelen en internationale topconferenties. Deze gebeurtenissen worden ook wel ‘issues’ genoemd. Er is natuurlijk ook het zachte nieuws dat vooral een ontspannende functie heeft. Dit zachte nieuws zorgt voor de afwisseling en maakt het nieuws ‘lichter’ en ‘leuker’. Vooral sport en verhalen over ‘celebrities’ vallen onder deze categorie. Ook lokaal nieuws valt onder het zachte nieuws. Pseudo nieuws lijkt op nieuws, maar is geen *echt* nieuws. Dan is er nog het ‘spot’ nieuws. Dit is de verslaggeving van plotselinge gebeurtenissen. Deze gebeurtenissen

---

<sup>73</sup> Later in deze scriptie zal aandacht worden besteed aan de wijze waarop dit gebeurt.

<sup>74</sup> Op dat moment was hij nog werkzaam op de binnenland redactie.

<sup>75</sup> zie bijlage I, interview Rijpkema

kennen maar een kort leven, ook de aandacht van het publiek gaat snel voorbij. ‘Spot’ nieuws is het tegengestelde van ‘issues’.<sup>76</sup>

Door middel van deze indeling wordt getracht te achterhalen welk soort nieuws in de jaarboeken geplaatst wordt, en hoe de verhoudingen tussen deze soorten liggen. Zoals gezegd is de functie van zacht nieuws, dat het nieuws leuker en lichter wordt. In hoeverre speelt dit argument voor de samenstellers? Resulteert dit bijvoorbeeld in een andere onderwerpkeuze om zodoende het jaarboek minder zwaar te maken? En komt er in de jaarboeken ook pseudo-nieuws voor? Voor de jaarboeken is herkenning van het nieuws een belangrijk uitgangspunt. Het is immers niet *nieuw* meer. Nieuws dat in de kranten en de journaals van het afgelopen jaar nauwelijks aandacht heeft gekregen (spot nieuws) zal naar verwachting niet worden gepubliceerd in de jaarboeken. Is deze veronderstelling juist? Dat zal uit de resultaten moeten blijken.

Bij de beoordeling is uitgegaan van de volgende argumenten:

*Hard nieuws*: niemand heeft hier omheen gekund/ heeft dit nieuws kunnen missen.

*Zacht nieuws*: lichtere onderwerpen (hoeft dus niet per se ‘goed nieuws’ te zijn) die ook in de media behoorlijke aandacht hebben gehad.

*Spot nieuws*: Onderwerpen die weinig aandacht in media hebben gehad ( je kan het dus gemist hebben) Het gaat daarbij veelal om eenmalige berichtgeving.

*Pseudo nieuws*: non-nieuws. In de praktijk blijkt dit moeilijk te beoordelen. Zoals uit het theoretische hoofdstuk is gebleken is het lastig een definitie te geven van nieuws. De beoordeling *of* iets nieuws –of pseudo nieuws- is, blijft subjectief.

*Verschillende onderwerpen*:

Er is in dit onderzoek onderscheid gemaakt tussen verschillende vormen van nieuws. Ook is gekeken naar de categorie waarbinnen de nieuwsgebeurtenissen zich afspelen. Het gaat hierbij om de inhoud van de nieuwsgebeurtenissen. Onder nieuwsgebeurtenissen in een jaarboek worden alle artikelen verstaan die een eigen kop hebben. De uitwerking van de Olympische Spelen kan gezien worden als één nieuwsgebeurtenis. Echter, wanneer er meerdere artikelen rondom deze gebeurtenissen zijn verschenen, zullen deze individueel behandeld worden. Bijvoorbeeld Van Moorsel, Inge de Bruijn en Van den Hoogenband krijgen hun eigen artikel naar aanleiding van hun prestaties in Athene. Deze zijn alledrie afzonderlijk geteld. Op deze manier wordt uit de dataverzameling duidelijk wat de aandacht per jaarboek voor gebeurtenissen (onderwerpen) is. Dit is mijn thema-indeling –los van hoe de boeken zelf categorieën maken.

---

<sup>76</sup> S. De Vinck en L. Devreker, *Waar is het buitenland? Een analyse van het buitenlands nieuws in de huidige Westerse nieuwsverslaggeving, 2001-2002*, 7 <http://www.fondspascaldecroos.com/archief/knipsels/DEBAT18042002.pdf> Digitale versie van scriptie bezocht op 23 juni 2005

1. **Politiek:** Gebeurtenissen in deze categorie zullen betrekking hebben op politieke besluiten, politieke figuren, de Tweede Kamer enzovoort.
2. **Oorlog en terreur:** In deze categorie vallen gebeurtenissen met betrekking tot oorlogssituaties of terroristische acties. Gebeurtenissen in deze categorie hebben voornamelijk betrekking op de situatie in Irak, Tsjetsjenië of Israël.
3. **Muziek:** Hieronder vallen muzikale gebeurtenissen of gebeurtenissen rondom popsterren. Ook de rechtszaak van Michael Jackson valt in deze categorie, aangezien het feit dat hij een bekende muzikant is de reden is voor de plaatsing. Het feit dat hij bekend is zorgt voor de hoge nieuws waarde. Muziek is als aparte categorie (naast cultuur) opgenomen, omdat er in diverse media altijd veel aandacht is voor muziek.
4. **Cultuur:** Onder andere toneelvoorstellingen, filmrecensies, Oscaruitreikingen en overleden schrijvers vallen in deze categorie.
5. **Economie:** De nieuwsgebeurtenissen in deze categorie hebben bijvoorbeeld betrekking op zaken rondom de beurs.
6. **Wetenschap en techniek:** Uitvindingen en ontdekkingen vallen in deze categorie, bijvoorbeeld de Spirit die op Mars landt en de opening van het Huis van de Toekomst.
7. **Koninklijk Huis:** In deze categorie vallen de gebeurtenissen rondom de Nederlandse, maar ook buitenlandse Koninklijke families.
8. **Sport:** De Olympische Spelen, het EK Voetbal en overige sportgebeurtenissen vallen in deze categorie. Ook gebeurtenissen die betrekking hebben op sporters vallen in deze categorie.
9. **Criminaliteit:** In deze categorie vallen misdaden die door individuele wetsovertreders zijn begaan, bijvoorbeeld moord (Endstra, Van Gogh) en rechtszaken (Dutroux). Misdaden welke uit naam van een organisatie (bijvoorbeeld Al-Qaeda) zijn begaan vallen in de categorie ‘Oorlog en terreur’. Dit is niet altijd even eenvoudig te beoordelen. Ingewikkeld is bijvoorbeeld de moord op Van Gogh. Is dit criminaliteit of terreur? Dit keuzeprocess blijft subjectief.
10. **Rampen en epidemieën:** In deze categorie vallen onder andere natuur-, brand- en treinrampen.
11. **Rages** (Scoubidou of Tokkies, Idols valt in categorie muziek)
12. **Weer:** Aangezien verondersteld wordt dat jaarboeken gebeurtenissen bevatten die de gemoederen bezig hebben gehouden, is ook gekozen voor de categorie ‘weer’. Immers, veel mensen zullen hier over gepraat hebben.
13. **Human interest:** Veelal kleine berichten, die handelen over de lotgevallen van andere mensen, zoals verkeersongelukken, maar ook berichten van ‘de man op de straat’.<sup>77</sup>
14. **Dieren:** Gebeurtenissen die handelen over dieren.

---

<sup>77</sup> Definitie ontleend aan scriptie M. Kleppe, *Tot icoon verheven*, Bijlage III, kwantitatieve gegevens.



15. **Zorg:** Deze categorie heeft betrekking op gebeurtenissen op het gebied van zorg en welzijn.<sup>78</sup>
16. **Overig:** Alle gebeurtenissen die niet in bovenstaande categorieën geplaatst konden worden, zullen in deze categorie terecht komen.

*Binnenlands, buitenlands of Belgisch nieuws:*

De nieuwsgebeurtenissen in het jaarboek zijn onderverdeeld in de categorieën binnenlands- en buitenlands nieuws. Binnenlands nieuws heeft betrekking op gebeurtenissen in Nederland. Ook buitenlandse gebeurtenissen waarbij Nederlanders betrokken zijn valt in deze categorie. Uitgangspunt hierbij is de nieuws waarde. Is dit nieuws alleen interessant voor Nederlanders, of zal het ook aandacht hebben gekregen in buitenlandse media? Onder buitenlands nieuws vallen, vanzelfsprekend, nieuwsgebeurtenissen die zich buiten Nederland hebben afgespeeld, en waarbij geen Nederlanders betrokken zijn. Binnen deze categorie is ook onderscheidt gemaakt tussen buitenlands en Belgisch nieuws. Reden hiervoor is het feit dat twee jaarboeken -*Dit was 2004* en *Het aanzien van*- zich ook richten op de Vlaamse afzetmarkt. Dit kan van invloed zijn op de onderwerpkeuze. Immers, zowel het Nederlandse als het Vlaamse lezerspubliek moet bediend worden. In een enkel geval komt het voor dat een artikel zowel Nederlands als Belgisch nieuws bevat. Er is dan gekeken naar de reden van plaatsing. Zo wordt in *Het aanzien van 2004* in een artikel geschreven over het kampioenschap van Ajax en van Anderlecht. Deze gebeurtenis valt in de categorie 'Belgisch', aangezien er niet over het kampioenschap van Anderlecht zou zijn gesproken, als het jaarboek Vlaanderen niet als afzetmarkt had gehad.

*De kop in combinatie met de foto:*

Zoals gezegd is getracht enkele gegevens kwantificeerbaar te maken. Hoewel subjectiviteit bij dergelijk onderzoek niet uit te sluiten is, aangezien het beoordelen van beelden onder andere persoons- en cultuurgebonden is, is gekeken naar de relatie tussen tekst en foto door middel van het benoemen van de teneur.<sup>79</sup> Gekeken is naar de manier waarop de gebeurtenis benaderd is. De woordkeuze speelt bij de tekst een belangrijke rol in de benoeming van de teneur. Woorden als 'dramatisch', 'verschrikkelijk' of 'bloedbad' resulteren in een negatieve teneur. Woorden als 'geslaagd', 'beste' of 'de show stelen' resulteren in een positieve teneur. Wanneer geen duidelijk 'standpunt' blijkt is de teneur van de tekst 'neutraal'. De tekst geeft dan een feitelijke omschrijving, zoals 'Amalia gedoopt' (*Dit was 2004*, pagina 136). Op dergelijke wijze is ook naar de foto gekeken. Het gaat hierbij om het sfeerbeeld dat de foto overdraagt. Een negatieve

---

<sup>78</sup> Deze categorie is er pas later bijgekomen, toen bleek dat er in het jaarboek van *De Telegraaf* veel berichten staan die in deze categorie vallen.

<sup>79</sup> Zoals aangegeven is deze methode ontleend aan de onderzoeksofzet, aangereikt in het onderzoekscollage Fotojournalistiek van L. Zweers.

gebeurtenis kan een positieve teneur van de foto hebben, bijvoorbeeld vanwege kleurgebruik, compositie of afgebeelde personen. Bijvoorbeeld in *Het jaar 2004* (pagina 73) met betrekking tot de rage Scoubidou. De kop luidt: Paniek om gif in Scoubidou (negatieve teneur). De foto die erbij geplaatst is toont een glimlachend meisje met een sleutelbos vol scoubidou-sleutelhangers in vrolijke kleuren. De teneur van de foto is dan positief. De negatieve teneur van de tekst en de positieve teneur van de foto, resulteren in een combinatie die neutraal is.

De uitkomsten zullen aantonen in hoeverre de teneur van de tekst, danwel de foto, in het jaarboek positief, negatief of neutraal is. Wellicht komt een bepaalde teneur veel voor, en geeft dat de ‘toon’ van de teksten of de foto’s in het jaarboek aan. Vervolgens is gekeken naar de teneur in combinatie. De beoordeling van de teneur in combinatie is net rekenen. Een foto is bijvoorbeeld ‘positief’. De tekst is echter negatief. Hierdoor wordt de combinatie neutraal. Wanneer de foto negatief is, en de tekst positief, dan is de combinatie ook neutraal. Wanneer de foto neutraal is, en de tekst positief, wordt de combi positief. Wanneer de foto positief is, en de tekst ook positief, dan wordt de combinatie ook positief. Wanneer de foto neutraal is, en de tekst negatief, wordt de combinatie negatief. Ook wanneer de foto negatief is en de tekst neutraal, wordt de combinatie negatief.

Bij de teneur in combinatie moet het volgende in ogenschouw worden genomen. *Het aanzien van 2004* en *Het jaar 2004* hebben beiden soms meerdere foto’s bij een artikel geplaatst. Er is dan dus maar één kop. De teneur in combinatie is berekend per foto.

### *Verhouding tekst en foto:*

In dit onderzoek wordt gekeken naar de verhouding tussen tekst en foto. Ten eerste wordt dit per pagina bekeken. De tekst en de foto worden beiden opgemeten in vierkante centimeters. Vervolgens wordt dit per pagina verrekend. Bijvoorbeeld: wanneer er drie nieuwsgebeurtenissen op een pagina omschreven worden, zullen de vierkante centimeters van deze drie teksten opgeteld worden. Dit vormt dan het totaal. Belangrijk is om in ogenschouw te nemen dat de koppen niet meegerekend zijn. Het gaat mij in dit onderzoek om de hoeveelheid uitwerkingen op een pagina. Door de koppen mee te rekenen zou een vertekend beeld kunnen ontstaan, omdat de koppen verhoudingsgewijs heel groot kunnen zijn, terwijl ze niet veel tekst bevatten. Alleen de oppervlakte van de uitwerking bij de nieuwsgebeurtenissen is dus meegerekend. Aangezien ik in dit geval kijk naar de foto/ tekst verhouding *per pagina* geldt het volgende. Wanneer de tekst of de foto meerdere pagina’s bestrijkt is alleen dat deel meegenomen dat op één pagina staat.

Vervolgens zal worden gekeken naar de verhouding tussen tekst en foto *per nieuwsgebeurtenis*. Hoeveel aandacht in vierkante centimeters krijgt de gebeurtenis in tekst en foto? Ook hierbij geldt dat de koppen niet meegerekend zijn. Op deze manier zal blijken hoe groot de uitwerking in tekst is bij een gebeurtenis. Wellicht is dit onderwerp afhankelijk. Wellicht krijgen ‘lastige’ gebeurtenissen, bijvoorbeeld met betrekking tot de situatie in Israël, meer aandacht in tekst. ‘Lichtere’ onderwerpen kunnen meer fotoaandacht krijgen,

bijvoorbeeld omdat juist het beeld de nieuwswaarde bepaald. Bijvoorbeeld bij het eerder aangehaalde voorbeeld over het schaap. Wellicht spelen dergelijke argumenten geen enkele rol, en krijgen onderwerpen – ongeacht de inhoud- evenveel aandacht. Dat is eigenlijk een raar fenomeen, de beschikbare ruimte kan het belangrijkste argument zijn bij de uitwerking van een gebeurtenis. Ook daar hoop ik met dit onderzoek meer duidelijkheid in te verschaffen.

Wanneer je ook de oppervlakte van de koppen mee zou nemen, krijg je een vertekend beeld. Een kop kan namelijk heel groot zijn, maar weinig tekst bevatten. Door alleen de tekst van het artikel op te meten wordt zichtbaar hoe uitgebreid de uitwerking van de nieuwsgebeurtenis in tekst is. Wanneer een foto alleen een onderschrift heeft, resulteert dit in 0 vierkante centimeter tekst. Tevens is gekeken naar de hoeveelheid foto's per nieuwsgebeurtenis. Ik hoop uit de resultaten af te kunnen leiden welke onderwerpen meer aandacht in beeld behoeven, bijvoorbeeld vanwege het veelzijdige karakter van een nieuwsgebeurtenis. Eerder heb ik al gesproken over het feit dat het voor de jaarboeken lastig kan zijn om een foto te kiezen. Immers, hoe vat je de essentie samen in één beeld. Wellicht valt uit het aantal foto's af te lezen in hoeverre er sprake is van één beeld, en wanneer er gekozen wordt voor meerdere beelden.

Bij de dataverzameling is dus onderscheid gemaakt tussen gegevens per pagina en per gebeurtenis. Alle artikelen die een eigen kop hebben zijn als aparte gebeurtenis gerekend. Het kan zijn dat een artikel voortborduurde op een eerdere gebeurtenis, bijvoorbeeld bij de dood van André Hazes in het jaarboek van De Telegraaf. De artikelen zijn dan los gerekend, omdat op deze manier de hoeveelheid aandacht voor en binnen thema's zichtbaar wordt.

### *Extra informatie of onderschrift:*

Naar aanleiding van het jaaroverzicht *Dit was 2004* is de variabele 'extra informatie' aan het onderzoek toegevoegd. Immers, ook in tabellen, grafische afbeeldingen of aanvullende tekst kan informatie worden overgedragen. Het jaarboek van De Telegraaf *Het jaar 2004* heeft onderschriften bij de foto's. Ook hierin wordt (extra) informatie gegeven. De onderschriften zijn niet meegenomen in de oppervlakte van de tekst, omdat ze in dit onderzoek als 'extra informatie' worden beschouwd. Deze informatie is in andere jaarboeken ook niet meegenomen (bijvoorbeeld de oppervlakte van een tabel).

## **Hoofdstuk 3 Identiteit en selectie**

### **Inleiding**

Zoals eerder gezegd zijn jaarboeken een apart journalistiek product. Het gaat over nieuws, maar is geen nieuws. Het is een terugblik op het nieuws, en is dus niet meer *nieuw*. Het geeft een indruk hoe men op dit moment naar gebeurtenissen van het afgelopen jaar kijkt. Over twintig jaar kan de manier waarop we op 2004 terugkijken wel eens heel anders zijn. Kleppe geeft in *Register: Het aanzien van 1962-2004* een citaat van de uitgeefster van *De lens op de mens*, de voorloper van *Het aanzien van*. Hierin geeft zij aan dat de boeken een tijdsbeeld geven. Ook schrijft hij, aan de hand van de uitspraken van de uitgeefster: “De maker geeft ons een kijkje in het leven van toen en laat ons zien wat hij of zij destijds vond dat wij nu en in de toekomst moesten onthouden. Kortom, wanneer je *Het aanzien van 1966* doorbladert, krijg je een ander beeld van het jaar dan wanneer je een recent geschiedenisboek ter hand neemt.”<sup>80</sup> De vraag is of de samenstellers van jaarboeken dit nastreven. Uit onderzoek van Kleppe blijkt dat de samenstellers van geschiedenisboeken de jaarboeken er wel op naslaan.<sup>81</sup> Het gaat dan met name om de keuze van de foto. Vaak komt in geschiedenisboeken een foto te staan, die al eerder in een jaarboek gepubliceerd is. Samenstellers van jaarboeken maken dus een eerste selectie, waarna de samenstellers van geschiedenisboeken wederom een selectie maken. Hoewel samenstellers van jaarboeken vanuit een heel ander perspectief schrijven, en met een ander doel, vraag ik mij af of zij zich hier bewust van zijn.

In dit hoofdstuk worden de drie jaarboeken uiteengezet. Hoe zijn de jaarboeken ontstaan, voor wie schrijven ze en wat is hun boodschap? Ook wordt ingegaan op het selectieproces. Hoe komen de samenstellers tot hun overzicht? In dit hoofdstuk zal ook aandacht besteed worden aan de fysieke kant van de jaarboeken.

### **3.1 Ontstaan en identiteit jaarboek**

#### **3.1.1 Het aanzien van 2004, twaalf maanden wereldnieuws in beeld**

Het langst lopende jaarboek van dit onderzoek is *Het aanzien van, twaalf maanden wereldnieuws in beeld*. De eerste publicatie van *Het aanzien van* dateert van 1962. Het boek *De lens op de mens*, over het jaar 1961, kan bestempeld worden als de voorloper van *Het aanzien van*. Destijds verscheen het boek bij het tijdschrift *Panorama*, waarvan Gerard Vermeulen de hoofdredacteur was. Hij bedacht het jaarboek. Zoals gezegd was het overschot aan foto's bij Panorama aanleiding om een dergelijk boek op te zetten. Het tijdschrift bevatte veel foto's, waarvoor ze veel abonnementen op fotopersbureaus hadden. De foto's konden niet allemaal in het

<sup>80</sup> inleiding M. Kleppe, . In: register, het aanzien van 1962-2004.

<sup>81</sup> M. Kleppe, Tot icoon verheven.

tijdschrift gepubliceerd worden, dus bedacht Vermeulen dat de foto's gebundeld moesten worden in een boek. Uit de inleiding van Kleppe bij *Het register: het aanzien van 1962-2004* blijkt, dat de eerste edities praktisch alleen maar om de foto's draaiden. In eerste instantie waren de teksten nog beperkt van omvang. Echter, in 1968 raakte redacteur Jongma betrokken bij *Het aanzien van*. Toen hij in 1976 de taak van Vermeulen overnam, kreeg tekst een steeds prominentere plek. Onder andere omdat inmiddels duidelijk was dat het jaarboek een succes was, en dat er nog vele jaren zouden volgen. De tekst werd bij de uitwerking van gebeurtenissen belangrijker, zodat het ook op de lange termijn begrijpelijk zou zijn.

Sinds 1983 is Van Bree de samensteller. Hij zorgde ervoor dat het boek steeds vollediger werd. Volgens Kleppe kwam dit mede door de komst van de *Kroniek van de 20<sup>ste</sup> eeuw*, waarvan gedacht werd dat het een grote concurrent zou worden. Omdat de foto vroeger centraal stond, kwam het voor dat een gebeurtenis niet in het jaarboek terecht kwam, omdat er geen foto van was. Dit zal nu niet meer gebeuren. Daarom is het jaarboek nu vollediger, maar ook omdat in de loop der jaren necrologieën, prijzen en uitslagen aan de inhoud zijn toegevoegd. Ook heeft het boek sinds 1986 kleurenfoto's, waardoor uit kostenoverweging het aantal pagina's toen omlaag is gegaan. De grootste verandering was in 1997, toen het boek een geheel nieuwe lay-out kreeg. Voor het eerst sinds 1962. Er is meer witruimte tussen de tekst en tussen de foto's. De lay-out heeft hierdoor wat weg van een tijdschrift. Grootste verandering was de cover, die niet langer een, maar meerdere foto's bevatte. Sinds 2004 krijgt er wel weer één foto extra aandacht op de omslag. Niemand heeft op de veranderingen gereageerd, dus werd ervan uit gegaan dat de wijzigingen goed ontvangen werden. Het jaar erop werd, om commerciële redenen besloten het jaarboek al begin december uit te geven.<sup>82</sup> Deze beslissing werd door de kopers minder goed ontvangen. Bovendien werd er niet veel meer verkocht. Daarom werd het jaar erop besloten het boek weer tot 31 december te laten lopen, en dus pas in januari uit te geven.<sup>83</sup>

### 3.1.2 Dit was 2004

Aangezien *Dit was 2004* het afgelopen jaar voor het eerst uitgekomen is, is er nog geen sprake van een 'rijke' historie, zoals bij *Het aanzien van* wel het geval is. Het boek is ontstaan vanuit het idee dat het iets toe zou voegen op de 'jaarboekenmarkt'. Uit de verkoopcijfers van het jaarboek van *De Telegraaf* bleek volgens Van Bree er blijkbaar een behoefte is onder kopers aan een jaarboek dat al voor de feestdagen verschijnt. Het boek wordt door hetzelfde uitgeverconcern uitgegeven als *Het aanzien van*. Toch is het boek anders van opzet. De foto neemt een prominente plaats in het boek in en de tekst is ondergeschikt aan de foto.

Hoewel van dit jaarboek minder werd verkocht dan verwacht werd, wordt de uitgave dit jaar wel voortgezet, zij het nu in samenwerking met RTL-nieuws. De formule blijft hetzelfde, *Het Spectrum* levert nog steeds vrijwel alle pagina's, maar verslaggevers en nieuwslezers van het RTL-nieuws zullen bij ieder thema een

<sup>82</sup> Volgens samensteller Paul Rijpkema van *Het jaar 2004* besloot *Het aanzien van* tot eerdere uitgave, omdat *De Telegraaf* dat jaar voor het eerst met een eigen jaarboek op de markt kwam.

<sup>83</sup> M. Kleppe, register, 5

inleidend onderwerp van twee pagina's schrijven waar ze zelf bij betrokken zijn geweest. Er zal door RTL ook op televisie reclame voor gemaakt worden. De uitgever probeert door het segmenteren van de markt een groter publiek aan te spreken. *Dit was* zou gericht zijn op een 'vrijer' publiek, terwijl *Het aanzien van* meer een gezinsboek is.

### 3.1.3 Het jaar 2004, emotie in nieuws en sport

Acht jaar geleden ontstond op de nieuwsredactie van *De Telegraaf* het idee om een jaarboek te starten. Volgens de samensteller is het als grapje ontstaan. Als grootste mediaspeler vonden zij dat zij ook een eigen overzicht moesten hebben. Daarom hebben ze het initiatief genomen om een jaarboek op te zetten. Eén van die initiatiefnemers is Paul Rijkema. Toentertijd was hij bij *De Telegraaf* werkzaam als redacteur Binnenland, inmiddels is hij adjunct hoofdredacteur van de krant. Vooral de oudere lezers van *De Telegraaf* zijn volgens Rijkema een heel trouwe club, waardoor gedacht werd dat er onder *De Telegraaflezers* voldoende animo zou zijn voor dit nieuwe initiatief. Hoewel de uitgave van een jaarboek dus als een grapje is ontstaan, is inmiddels duidelijk dat deze veronderstelling juist was. Het boek heeft zich steeds verder ontwikkeld en is inmiddels 'redelijk steady' op de markt.<sup>84</sup> Jaarlijks worden er tenminste 100.000 boeken verkocht. Dit is ongeveer evenveel als van *Het aanzien van*. De formule blijkt succesvol.

## 3.2 Indeling en fysieke kant boeken

Nu we iets meer weten over de achtergrond en het ontstaan van de boeken, zal gekeken worden naar de manier waarop de jaarboeken zijn ingedeeld. Ook de fysieke kant van de boeken zal in onderstaande deelparagrafen aan bod komen.

### 3.2.1 Omslag en indeling van de jaarboeken

#### De omslag

*Het aanzien van 2004* heeft een witte omslag. De titel van het jaarboek staat in grote grijze letters bovenaan op de voorkant, en het jaartal is in bordeaux rode letters gedrukt. De ondertitel, twaalf maanden wereldnieuws in beeld, staat links van het jaartal in aanzienlijk kleinere letters. Het woord wereldnieuws is groter gedrukt, en in bordeauxrood. De rest is in zwarte letters.

Eronder staat een viertal foto's. De foto's hebben hetzelfde formaat, en hebben betrekking op de volgende gebeurtenissen:

- De moord op Theo van Gogh
- De Olympische Spelen van Leontien van Moorsel
- De overwinning van Joesjtsjenko in de Oekraïne

---

<sup>84</sup> zie bijlage I, interview Paul Rijkema

- Het defilé in Wageningen van prins Bernhard

Samen beslaan de foto's de breedte van de pagina. Daaronder staat één grote foto, die ook in zijn geheel de breedte van de pagina beslaat. De foto heeft betrekking op de Tsunami in december van het jaar. Om die reden werd de voorkant, die al af was, gewijzigd. De Tsunami was zo'n grote gebeurtenis, die zoveel mensen heeft bezig gehouden, dat de samensteller vond dat een foto met betrekking tot die nieuwsgebeurtenis op prominent op de voorkant moest. De foto van Theo van Gogh, die in eerste instantie de grote foto vormde, werd in een kleinere versie op de voorkant geplaatst.

Onderaan de voorkant staat in grijze letters de naam van de uitgever: Spectrum.

De achterkant vermeldt in grijze letters dat 'de belangrijkste nieuwsfeiten van het jaar, voorzien van de beste nieuwsfoto's uit binnen- en buitenland' worden gebracht. In bordeauxrode letters staat daaronder een aantal (16) gebeurtenissen die in het boek aan bod komen opgesomd. Opvallend is ook dat er vervolgens staat 'Het aanzien van 2004 Het enige complete jaaroverzicht. Sinds 1962' De samensteller beschouwt het overzicht dus als compleet, en bovendien zou dit alleen bij *Het aanzien van* het geval zijn. Op de achterkant staan tien foto's van dezelfde grootte. Zes foto's zijn liggend, en vier staand. We zien foto's van: een aanslag op een bus, Dutroux in de rechtbank, De Geus die De Waal zijn hand toesteeft (tijdens CAO onderhandelingen?), een militair die voor een aantal lijkkisten staat (met Amerikaanse vlag eroverheen), een tennisster die een bal slaat, gewonde mensen voor een trein na de aanslag in Madrid, de kist van Juliana die de grafkelder ingedragen wordt, de Tokkies op een podium, een man die een portret omhoog houdt van Aristide en tot slot André Hazes. De foto's tezamen nemen in de lengte een halve pagina in beslag. Buiten het 'fotokader' onder de tekst, is ook nog een zogenaamd 'scoubidou-figuur' zichtbaar. De foto's van de omslag zijn afkomstig van fotopersbureau's. Eén foto is van fotograaf Bernhard Rübsamen.

*Dit was 2004* heeft een opvallende roze omslag. Op de onderste helft van de voorkant staat in grote letters de titel van het jaarboek, waarbij *Dit was* in limegroen en *2004* in donkerblauw is gedrukt. Onder aan de pagina staat de uitgever, namelijk Winkler Prins in donkerblauwe letters.

De bovenste helft van de voorkant bestaat uit twaalf smalle stroken. De stroken bevatten alle een deel van een foto. Op deze wijze zien we van links naar rechts: het gezicht van een vrouw met hoofddoek (Frankrijk), drie astronauten die uit een raket stappen (Kuipers), een hoge muur met daarvoor een vrouw met kind (Israël), een zwemmer die het uitschreeuwt (Van den Hoogenband), een donkere vrouw in gekleurd gewaad (Darfur), het gezicht van Andre Hazes, Anky van Grunsven op haar paard, een militair voor een rij lijkkisten met Amerikaanse vlag, een man voor een gebouw (met een barst) een uitbundige prinses Maxima, een aantal vuisten met daarachter een tekening van een vrouw met gevouwen handen. Van alle foto's zien wij dus slechts een deel. De achterkant heeft dezelfde lay out. Alleen dan staat in het roze gedeelte een andere tekst.

We zien op de achtergrond de titel van het jaarboek in lichtroze letters. Daaroverheen staat in witte letters per thema een aantal gebeurtenissen die in het jaarboek aan bod komen. De bronnen van de foto's op de omslag staan achterin het jaarboek, bij de fotoverantwoording, vermeld. De foto's zijn afkomstig van fotopersbureaus. Alle foto's staan ook (volledig) in het jaarboek.

*Het jaar 2004* heeft een blauwe omslag. Binnen deze kleur is een aantal nuances, de achtergrond bestaat uit meerdere kleuren blauw. De titel van het jaarboek is in grote witte letters gedrukt. Daartussen staat een balk (onder *het jaar* en boven *2004*) met daarop de tekst 'emotie in nieuws en sport'. Daarbij zijn *nieuws* en *sport* rood gedrukt, de overige tekst is zwart. Op de voorkant staan aan de linkerkant een aantal gebeurtenissen die in het jaarboek aan bod komen: 'alles over de aanslag op Theo van Gogh' (gele letters), 'Terugblik op prinses Juliana en prins Bernhard (witte letters op zwarte achtergrond)' en 'Olympische Spelen (gele letters)'. Onderaan de pagina staat het logo van *De Telegraaf* en de *telegraaf.nl* met de ondertitel 'de krant van wakker Nederland'. Hieruit wordt de relatie met de krant duidelijk. Rechtsboven staat in kleine letters de prijs gedrukt. Er staan negen foto's op de voorkant, die alle variëren in grootte. Op de grootste foto zien we prinses Juliana en prins Bernhard. Deze foto is het meest prominent op de voorkant. Verder zien we een foto van Theo van Gogh en één van Leontien van Moorsel en Inge de Bruijn. Op de zes kleinste foto's zien we de familie van Hazes, een zwart-wit portretfoto Hazes zelf, Lance Armstrong en zijn vriendin, Marco van Basten, een militair rennend met een meisje (Beslan), en een portretfoto van Arafat.

Op de achterzijde van het jaarboek zien we een flink stuk tekst. Hierin wordt teruggeblikt op het afgelopen jaar. De tekst eindigt met 'In dit boek staan we in woord en vooral ook beeld, stil bij de meest opvallende gebeurtenissen, opdat het jaar 2004 ons bijblijft.'

Op de achterzijde staan zeven foto's. Aan de bovenkant staan vier kleine foto's met hetzelfde formaat. Met van links naar rechts: een voetballer van het Nederlands elftal in actie, een close up van Kneteman, een boom tijdens een overstroming en Oudkerk tijdens een persconferentie. Links staan twee grotere foto's met hetzelfde formaat, met daarop Frans Bauer en Premier Balkenende. De grootste foto staat onder aan de achterzijde. Dit is een foto van Prins Willem-Alexander, Maxima en Catharina-Amalia. De herkomst van de foto's van de omslag is niet duidelijk.

Opvallend is dat ook *Het jaar 2004* op het laatste moment de voorkant gewijzigd heeft. Prins Bernhard overleed toen de cover al gedrukt was. Er werd besloten een nieuwe voorkant te maken, met daarop prominent een foto van prinses Juliana en prins Bernhard samen. Maar liefst 100.000 exemplaren konden direct de prullenbak in!

*Het aanzien van 2004* maakt een degelijke indruk. De lay-out is overzichtelijk en rustig. De kleuren die zijn gebruikt zijn neutraal, en niet opvallend. Daarentegen is *Dit was 2004* juist zeer opvallend door het opvallende kleurgebruik. Het gebruik van de kleur roze is niet gebruikelijk. Het lettertype is speels en los.



Daardoor geeft de omslag een ‘jeugdige’ indruk. Dit sluit aan bij de doelgroep die het jaarboek voor ogen heeft. De vormgeving geeft wel een georganiseerde indruk. Dat kan niet gezegd worden van de opmaak van de omslag van *Het jaar 2004*. Doordat de foto’s van formaat verschillen, en ook nog eens op verschillende plaatsen op de omslag geplaatst zijn, geeft het een rommelige indruk. Dit komt ook door het verschil in lettertype, lettergrootte en letterkleur. Ook de keuze voor de (meest prominente) foto’s op de omslag varieert enigszins.

Opvallend is dat twee van de drie jaarboeken op het laatste moment besloten heeft de voorkant te wijzigen. Kennelijk hadden de gebeurtenissen die zo vlak voor (of zelfs al na) de deadline plaatsvonden een zeer grote nieuws waarde volgens de samenstellers. Ook zullen commerciële afwegingen een rol hebben gespeeld, immers, een actuele –ingrijpende– gebeurtenis, zal potentiële kopers nieuwsgierig maken. Hierdoor kunnen zij sneller tot aanschaf overgaan.

### **De indeling van het jaarboek**

*Het aanzien van 2004* is chronologisch van opzet. Het boek begint 1 januari 2004 en eindigt op 31 december. De nieuwsgebeurtenissen krijgen tenminste één pagina aandacht. Sommige onderwerpen krijgen meerdere pagina’s tot een maximum van zes. (zoals de Olympische Spelen en de oorlog tegen Irak). Onder aan de pagina’s loopt een chronologische tijdsbalk met daarin de gebeurtenissen vermeldt die niet in een artikel zijn opgenomen. Bij de nieuwsgebeurtenissen zijn tenminste één, maar vaak ook meerdere foto’s geplaatst. Deze foto’s variëren in grootte. De plaats van de foto op de pagina varieert. Ieder artikel heeft een kop in bordeauxrood gedrukt, en een subkop in een kleiner lettertype en zwart gedrukt. Het artikel is opgedeeld in alinea’s. Deze alinea’s hebben koppen in het donkerblauw. Linksboven op elke pagina staat ‘2004’, rechtsboven staat de maand vermeld. *Het aanzien van* geeft een hele volledige indruk. Door de chronologische tijdsbalk onderaan de pagina, wordt ook aandacht besteed aan overige nieuwsgebeurtenissen, die geen uitwerking in het jaarboek krijgen. Er zijn geen thematische clusters in het jaarboek. Er is dan ook niet expliciet vermeld binnen welk thema de nieuwsgebeurtenis volgens de samensteller valt.<sup>85</sup> Achterin het boek staat een aantal overzichten met de titels: prijzen, uitslagen, Olympische Zomerspelen Athene, overleden, Register en fotoverantwoording. Het colofon staat voor in het boek.

De lay-out moet de *transparantie* van het boek ondersteunen, zo staat op de website. ‘Het moet in één oogopslag duidelijk zijn waar het onderwerp over gaat, of moet zo intrigerend zijn (bijvoorbeeld door een gekke foto) dat de lezer erdoor gegrepen wordt.’

---

<sup>85</sup> Zoals eerder in deze scriptie duidelijk werd, wordt binnen *het aanzien van* gewerkt met een aantal thema’s, te weten: politiek, sport, muziek, koningshuizen, economie en rages. Deze thema’s zijn in het jaarboek niet te herleiden. Oftewel: er is niet specifiek benoemd binnen welk thema de nieuwsgebeurtenis valt.

De indeling van *Dit was 2004* is thematisch. In het woord vooraf geven ‘de samenstellers’ aan dat de reden hiervoor is, dat men bij het terugblikken op een jaar nooit gedateerd denkt. Zo werkt de herinnering, ‘wat blijft zijn reeksen beelden, die we aan elkaar verbinden met allerlei associaties’. Aan het begin van het boek staat een inhoudsopgave. Hieruit blijkt dat het eerste thema politiek is. Binnen dit thema is op voornamelijk op land gecategoriseerd. De volgorde van landen is alfabetisch, beginnend bij Afghanistan en eindigend bij Zuid-Korea. In totaal zijn 26 landen opgenomen. Opvallend is dat de Europese Unie en Kosovo een aparte categorie vormen. Het tweede thema van het jaarboek is Rampen. Dit is onderverdeeld in de categorie ‘Natuurgeweld’ en ‘Ongevallen’. De derde categorie ‘Cultuur’ is onderverdeeld in architectuur, beeldende kunst, boeken, film, fotografie/video, muziek en toneel. Ook hier wordt dus weer alfabetisch gewerkt. Het thema Sport is ook weer alfabetisch, en begint bij atletiek. De laatste categorie is De Olympische Spelen. Deze komt na de categorie Wielrennen. Waarom deze categorie aan het einde staat wordt niet duidelijk. De volgende categorie, ‘royalty’, heeft een opmerkelijke indeling, namelijk België, Nederland en Scandinavië. Waarschijnlijk zijn ze tot deze indeling gekomen, omdat zowel België als Nederland de afzetmarkt van het boek vormt (later meer hierover), en er ook over een Deense en een Noorse gebeurtenis is geschreven. (Toevallig?) twee Scandinavische landen. De laatste categorie ‘Varia’ omvat alle overige gebeurtenissen, ingedeeld in de categorieën Rages, Ruimtevaart, Techniek en W.v.n.t.t.k.<sup>86</sup> Wederom op alfabet. De indeling binnen de thema’s is dus alfabetisch, de indeling binnen de categorieën is chronologisch. Echter, de samenstellers zijn hier niet consequent in. Bijvoorbeeld op pagina 88-89.<sup>87</sup> Binnen het thema *cultuur* en de categorie *Muziek* zien we eerst op pagina 88 Janet Jackson (datum 01-02). Op de volgende pagina staat Micheal Jackson (16-01). Hier is het beeld belangrijker geweest voor de plaatsing van de gebeurtenis, dan de chronologie. Het zogenaamde ‘derde effect’ is bepalend geweest. In het vijfde hoofdstuk van deze scriptie zal op dit aanwezige effect verder in worden gegaan.

In het boek staat op elke bladzijde één foto, en één stuk tekst. Eventueel is dit aangevuld met extra informatie (zie hoofdstuk 4). De foto is verhoudingsgewijs groot. De kop van de gebeurtenis is in de meeste gevallen in de foto gedrukt, zoals dat ook bij reclamefoto’s vaak het geval is. Ook de plaats en de datum zijn in de foto gedrukt. De kleur van de kop is zwart of wit, afhankelijk van de kleur van de foto.<sup>88</sup> De kleur van de tekst van de extra informatie is blauw. Achter in het boek staan een necrologie, een register, een colofon en een fotoverantwoording.

---

<sup>86</sup> Deze afkorting staat voor ‘wat verder nog ten tafel komt’, dit wordt niet omschreven in het jaarboek. Er wordt vanuit gegaan dat de lezer deze afkorting kent.

<sup>87</sup> Zie bijlage II foto’s *Dit was 2004* Janet en Micheal Jackson

<sup>88</sup> Logischerwijs houdt dat in dat op een donkere achtergrond de kop in het wit wordt afgedrukt, op een lichte achtergrond in het zwart. Wanneer de tekst in de foto gedrukt niet leesbaar is, vanwege het afgebeelde, is de kop buiten de foto gedrukt.

*Het jaar 2004* kent een min of meer chronologische indeling. Nieuwsgebeurtenissen zijn wel per maand gerangschikt, alleen binnen die maand is de volgorde willekeurig. Daarnaast zijn achterin een aantal themakaternen opgenomen, zoals ook bij de krant gebruikelijk is. De thema's die aparte aandacht krijgen in het jaarboek zijn: de oorlog in Irak, Auto's en Sport (onder andere de Olympische Spelen en het EK Voetbal). De aandacht die gebeurtenissen krijgen is ook variabel. Sommige gebeurtenissen krijgen meerdere pagina's aandacht, anderen slechts een deel van de pagina. Hetzelfde geldt voor de fotoaandacht. Sommige foto's bestrijken meer dan één pagina, andere foto's zijn erg klein. Bovendien is niet bij alle gebeurtenissen een foto geplaatst. De opmaak is niet per pagina, maar per twee pagina's (die naast elkaar staan) gemaakt. Op die pagina's is de naam van de maand zichtbaar in een gekleurde balk. De koppen, die ook variëren in grootte, zijn zwart, de foto's hebben ondertitels. De gebeurtenissen zijn in kolommen geplaatst die soms een andere kleur hebben (lichtblauw of geel in plaats van wit). Opmerkelijk is, dat dit jaarboek geen register bevat. Waarschijnlijk is het register komen te vervallen, toen op het allerlaatste moment besloten werd ook het overlijden van prins Bernhard in het jaarboek op te nemen. Dit was op 1 december, en het boek zou naar de drukker gaan. Wanneer de pagina's van het register zouden vervallen, kon de lay-out en het aantal pagina's van het boek verder ongewijzigd blijven.

### 3.2.2 De fysieke kant van de boeken

In de onderstaande tabel wordt een overzicht gegeven van de fysieke kant van de boeken.

	<i>Het aanzien van 2004</i>	<i>Dit was 2004</i>	<i>Het jaar 2004</i>
aantal pagina's:	192	160	194
gewicht:	707 gram	645 gram	920
Paperback/hardcover	Hardcover	Paperback	Hardcover
Formaat	26 x 20,5	28 x 20	29,5 x 21
Lettertype	Omslag met schreef, inhoud zonder schreef	Omslag en inhoud zonder schreef	Omslag zonder schreef, inhoud met schreef
kleuren tekst in boek	Koppen donkerrood, subkoppen zwart, koppen in artikel blauw, tekst zwart altijd op witte achtergrond.	Koppen wit, tekst zwart, extra informatie blauw. Altijd op witte achtergrond. Soms beginnend op de foto. Dan deel tekst wit.	Koppen en tekst zwart. Achtergrond voornamelijk wit, soms lichtgeel of blauw, ook zwarte achtergrond (dan tekst wit)
Eindredactie	Han van Bree	Sacha Buddingh'	Niet vermeld, wel redactie: E. Bode, M. Couwenberg, R. Dekkers, K. van de Nes, P.

			Loonen, P. Rijkema, J.A. Sterkman, R. Veltkamp, E. Wemmers, R. van Zwieten.
samenstellers	Han van Bree	Han van Bree, Sacha Buddingh', Frans Duivis.	
Uitgever	Het Spectrum	Winkler Prins, Het Spectrum	N.V. Holding Maatschappij De Telegraaf
deel van serie, bestaat sinds.	43 <sup>ste</sup> deel, 1962.	1 <sup>ste</sup> deel, 2004.	7 <sup>de</sup> deel, 1998
Prijs	€14.95	€9.95	€13.50
Copyright	Uitgeverij Het Spectrum	Het Spectrum B.V.	Dagblad De Telegraaf
waar gedrukt, door welke firma	MOHN Media-Mohndruck GmbH, Guterloh	MohnMedia, Gutersloh	Argo Grafische Groep, Nieuw Venneep
ontwerp van lay-out door	Meister Design B.V. Vijfhuizen	Omslag: Helfrich Ontwerpbureau BNO, Deventer Binnenwerk: Studio Jan Brand BNO, Diemen	Niet vermeld

### 3.3 Samenstellen van het overzicht

In de volgende paragrafen zal uiteengezet worden wat de werkwijze van de samenstellers is bij de keuze van de onderwerpen en de foto's die in het jaarboek geplaatst worden. Ook zal gekeken worden naar de factoren die op de selectie van invloed zijn. De interviews vormen de leidraad. De samensteller van *Het aanzien van*, Han van Bree heb ik geïnterviewd op 5 juli 2005 in Utrecht. Hij is tevens betrokken bij de samenstelling van *Dit was 2004*, waar hij voor het grootste deel de onderwerpselectie voor doet. Han van Bree stelt *Het aanzien van* alleen samen. Wel werken er af en toe twee auteurs in opdracht van hem mee. In 1983 kwam Van Bree in dienst van uitgever het Spectrum en werkte hij als tekstredacteur mee aan *Het aanzien van* 1970-1975. Sinds 1985 is hij de samensteller van *Het aanzien van*.

Paul Rijkema heb ik op 4 augustus 2005 gesproken in Amsterdam. Hij is al geruime tijd werkzaam bij *De Telegraaf*, en één van de initiatiefnemer van het jaarboek. Na werkzaam te zijn geweest op de Binnenland-redactie is hij nu adjunct hoofdredacteur. Hij doet de onderwerpselectie, waarna met een redactie van tien mensen de teksten worden geschreven.

### 3.3.1 Het aanzien van 2004, twaalf maanden wereldnieuws in beeld

Het maken van *Het aanzien van* begint met het lezen van kranten en tijdschriften. Dat gebeurt niet alleen om gegevens te verzamelen, maar ook om ideeën op te doen voor foto's die gebruikt kunnen worden. Kranten als *NRC Handelsblad*, *de Volkskrant*, *Trouw*, *De Telegraaf*, *Elsevier*, *HP/De Tijd* en *Vrij Nederland* worden nauwgezet doorgewerkt, evenals de Vlaamse krant *De Standaard*. Er wordt ook een Vlaamse krant gelezen, omdat het jaarboek zich ook op Vlaanderen als afzetmarkt richt. Uit het feit dat slechts één Belgische krant wordt doorgenomen lijkt afgeleid te kunnen worden dat deze markt ondergeschikt is aan de Nederlandse. Anderzijds geeft Van Bree aan dat Belgen vaak veel beter op de hoogte zijn van het Nederlandse nieuws, dan andersom. Wellicht zal voor Belgen ook het nieuws dat in Nederlandse kranten heeft gestaan herkenbaar zijn. De knipsels gaan per onderwerp in mapjes.<sup>89</sup> Tegelijkertijd wordt per maand een lijstje gemaakt met onderwerpen die in aanmerking komen om in het boek te worden opgenomen. Op de vraag wanneer een gebeurtenis in aanmerking komt, reageert Van Bree:

“Het enige criterium dat gehanteerd wordt, is dat het begrijpelijk moet zijn voor iedereen die kan lezen. Mensen moeten denken: Oh ja! Het moet dus wel veel in het nieuws geweest zijn, anders zal een gebeurtenis dat effect niet hebben. Ook vind ik het belangrijk dat een onderwerp een dilemma bevat.”

Gebeurtenissen moeten dus herkenbaar zijn voor de lezer. Dat betekent dat zij gedurende een periode in het nieuws moeten zijn geweest. Hieruit kun je afleiden dat spotnieuws waarschijnlijk geen plek krijgt in het jaarboek. Ook het dilemma wordt door Van Bree als criterium genoemd. Hij bedoelt hiermee dat er meerdere kanten aan een verhaal moeten zitten, dat maakt een gebeurtenis volgens hem interessant. Hij wil dat mensen zich realiseren dat er vaak meerdere kanten aan een gebeurtenis zitten, dat vaak meerdere partijen betrokken zijn, en dat er meerdere standpunten bestaan. Als voorbeeld noemt hij een onderwerp over een wedstrijd vrouwsjouwen, in Finland. Van Bree vindt het bizar dat ‘in een Westers en beschaafd land dergelijke taferelen plaatsvinden’. Daarom heeft hij het in het jaarboek geplaatst, zodat mensen er ook, al is het maar even, bij stil staan. Op de website van het aanzien van zegt hij hierover:

“Ik probeer niet te nadrukkelijk te zeggen hoe het is, maar wil mensen erover laten nadenken. Zoek in een verhaal vaak naar het dilemma. Waar wringt het? Daar zit vaak een verhaal achter. Gaat in kranten naar mijn mening te vaak over meningen, dan over wat echt gebeurd is. Een dilemma is toch de spannendste vorm. Waarom doen mensen dingen?”<sup>90</sup>

Onderwerpen worden niet alleen uit kranten geselecteerd, maar ook op basis wat Van Bree signaleert. Gebeurtenissen die er simpelweg zijn. Rages komen en gaan, maar geven volgens Van Bree wel een goed tijdsbeeld. Ook zullen veel mensen de rages herkennen, het gebeurt immers ‘om hen heen’.

<sup>89</sup> <http://www.hetaanzienvan.nl/overhetaanzien/> bezocht op 8 juli 2005

<sup>90</sup> [www.hetaanzienvan.nl](http://www.hetaanzienvan.nl), bezocht op 12 juni 2005

“De categorie *rages* zit er in, omdat daar het ‘oh ja-gehalte’ erg hoog is. Bijvoorbeeld met Scoubidou. Het is niet in de kranten geweest, maar over een paar jaar zul je het boek inkijken en denken ‘oh ja, aan die rage heb ik ook nog meegedaan’.”

Aangezien *Het aanzien van* ook op de Vlaamse markt verschijnt, is herkenning voor de Belgische lezers ook van belang:

“Toen ik in 1983 in dienst kwam bij het Spectrum had ik net een paar jaar in België gezeten. Ik kreeg de opdracht mee om het nieuws uit België in de gaten te houden. Nu nog is er extra aandacht voor nieuws uit België. (...). Nederlanders weten vaak niets van wat er in België gebeurt, andersom is dit wel het geval. Ondanks de extra aandacht komen vooral actuele Belgische thema’s aan bod, die er waarschijnlijk sowieso in zouden komen.”

Opvallend is dat Van Bree stelt dat de Belgische gebeurtenissen er waarschijnlijk toch wel in zouden komen, ook als ze dit niet als afzetmarkt zouden hebben. Uit het kwantitatieve deel van dit onderzoek zal moeten blijken of de aandacht voor Belgisch nieuws inderdaad dezelfde is als in *Het jaar 2004*, wat zich alleen op de Nederlandse markt richt.

Van Bree geeft aan met onderwerpen soms een maatschappelijke ontwikkeling te willen neerzetten.

“Een onderwerp als de scootmobiel race plaats ik, omdat het echt iets is van deze tijd. Je ziet die dingen toch veel. Ook een onderwerp als Google naar de beurs wordt om die reden geplaatst, echt van deze tijd. Ik gebruik dergelijke onderwerpen als kapstok om een maatschappelijke trend weer te geven. Ik kijk ook naar zaken die iedereen meemaakt. Het hoeft dan geen voorpagina nieuws te zijn geweest. Op deze manier probeer ik tussen alle ellende door voor een rustpuntje te zorgen.”

Van Bree doelt met het voorbeeld van de scootmobielrace op het feit dat Nederland vergrijsst. Steeds meer scootmobielen vullen het straatbeeld. Dit is weer een voorbeeld van het feit dat de gebeurtenissen dus niet in de kranten hoeven te komen, om voor plaatsing in het jaarboek in aanmerking te komen.

Ook geeft Van Bree aan tussen alle ellende voor een rustpuntje te willen zorgen. Toch zijn er over de verhoudingen tussen de thema’s of tussen hard en zacht nieuws zijn geen afspraken of vaste richtlijnen. Dat is een kwestie van in de gaten houden, stelt Van Bree.

“Vroeger was er een redacteur die dat wilde. Zo van: ‘er moet tien procent sport in en vijftig procent politiek’. Maar dat is onzin. In 2004 had je grote sportevenementen, het EK Voetbal en de Olympische Spelen. Er zal dan ook meer aandacht zijn voor sport in het jaarboek van 2004 dan dat van 2005. (...) Ik kijk ook naar zaken die iedereen meemaakt. Het hoeft dan geen voorpagina nieuws te zijn geweest. Op deze manier probeer ik tussen alle ellende door voor een rustpuntje te zorgen.”

Na verloop van tijd wordt de definitieve lijst met onderwerpen vastgesteld. Vervolgens kunnen de teksten geschreven worden. Dit doet Van Bree voornamelijk zelf, maar hij heeft daarbij hulp van twee andere redacteurs. Deze redacteurs zijn ook in dienst van Het Spectrum. Vooral tegen het einde van het jaar is een drukke periode. Om ervoor te zorgen dat het boek op tijd af is, krijgt hij in deze periode ondersteuning bij het

schrijven van de teksten. Ook is een redacteur die gespecialiseerd is in het Midden Oosten, waardoor hij de teksten met betrekking tot dat onderwerp vaak schrijft.

Geprobeerd wordt om met zo weinig mogelijk woorden een zo informatief mogelijke tekst te schrijven. De tekstruimte is beperkt, daarom is het belangrijk bij elk onderwerp de essentie eruit te pikken en zo te schrijven, dat het voor een zo breed mogelijk publiek toegankelijk is. Over het schrijven van de teksten zegt Van Bree:

“Uitgangspunt is om een tekst van ongeveer 2000 tekens per pagina aan te leveren. Ik tel bewust in tekens, en niet in woorden, omdat ik vaak korte woorden gebruik. Deze tekst lever ik aan bij de vormgever, samen met 1 a 3 foto’s.(...) Ik lees de kranten en kies dan een invalshoek. De teksten worden voor het jaarboek op maat gemaakt.”

Tweeduizend tekens per pagina, voor een breed publiek en met een lange houdbaarheid, dat is de essentie voor het schrijven van de teksten. Het schrijven van de teksten komt toch vooral aan op de beschikbare ruimte. Hoewel Van Bree zich dus baseert op de informatie uit kranten, wordt de tekst speciaal voor het jaarboek geschreven. Uitgangspunt voor het schrijven van de teksten is, dat het zowel nu als over tien jaar begrijpelijk is. Van Bree zegt hierover:

“Zoals ik al aangaf moeten de teksten voor iedereen die kan lezen begrijpelijk zijn. Ze moeten het nu snappen, maar over tien jaar nog. Daarom probeer ik niet te veel te verwijzen. De associatie is immers over tien jaar weg. Mensen moeten dan nog begrijpen waarom het belangrijk was. Het moet dus een helder verhaal zijn met een zo lang mogelijke datum.”

De functie van *Het aanzien van* is volgens de website: een geheugensteun over langere tijd. *Het aanzien van* wordt gezien als ‘een bezit voor het leven, een boek dat de lezer regelmatig weer eens uit de kast zal halen om in te bladeren en dus moeten de teksten ook op termijn te snappen zijn’.<sup>91</sup> Daarom probeert Van Bree niet te veel als bekend te veronderstellen.

Van Bree probeert ook een beetje te spelen met de tekst. Bij het overlijden van Bram Vermeulen, die overigens bekender was in Vlaanderen dan in Nederland, heeft hij zinnen uit zijn liedjes verwerkt. Als je ze kent zul je ze herkennen, zo geeft Van Bree aan. Zo geeft hij ‘laagjes in de tekst’.

Aan de functie van de tekst hecht Van Bree veel waarde. Vroeger was er in de jaarboeken slechts een klein stuk tekst; de foto stond centraal. Het cliché *één foto zegt meer dan duizend woorden*, daar gelooft Van Bree niet in. Er is tekst nodig om een foto te begrijpen, zo stelt hij. Anders weet je over tien jaar niet meer wat de foto weergeeft. Ook hecht Van Bree dus veel waarde aan de ‘houdbaarheid’ van de tekst.

---

<sup>91</sup> [www.hetaanzienvan.nl](http://www.hetaanzienvan.nl), bezocht op 12 juni 2005

Bij de keuze voor de foto geeft Van Bree aan welke foto er naar zijn mening zeker in moet. Het kan dan voorkomen dat er nog enkele zinnen uit de tekst moeten worden gehaald in verband met ruimtegebrek. Soms geeft Van Bree al aan hoe groot de foto ongeveer moet zijn. Ook is het soms niet bevorderlijk om een foto te bewerken (bijvoorbeeld door een deel van de foto af te snijden). Ook andere factoren zijn van invloed op de keuze van de foto:

“Soms is de keuze van de foto een kwestie van tijd. Soms zijn foto’s te laat beschikbaar. Bij *Het aanzien van* is het proces van belang. Ook de context is daar belangrijker, dan bij *Dit was 2004*. Bij *Het aanzien van* gaat het meer om het verhaal eromheen”

Aangezien de foto volgens Van Bree een verhaal moet vertellen, is het van belang dat er zoveel mogelijk op de foto te zien is. In het theoretische hoofdstuk werd duidelijk dat dit vaak descriptieve foto’s zijn. Een portretfoto geeft nauwelijks informatie, dus die zul je in het jaarboek ook niet tegenkomen. Ook variatie is van belang. Op de website van *Het aanzien van* wordt dit als volgt beschreven:

‘Bij verkiezingen moet er niet elke keer per se een stembus te zien zijn, bij een nieuw kabinet niet elke keer per se de staatsfoto met koningin. Hoewel soms een herhaling wel het gewenste ‘oh ja’-gevoel op kan roepen: dus verkiezingsaffiches zijn steeds bruikbaar, want ook steeds anders.’<sup>92</sup>

Sommige onderwerpen laten zich lastig in beeld brengen, bij andere onderwerpen is de keuze van de foto niet eenvoudig vanwege het schokeffect. Van Bree geeft aan bij onderwerpen die lastig in beeld te brengen zijn, zoals een economische crisis, net zo lang te blijven zoeken tot hij iets vindt dat redelijk is. Bij een economische crisis kiest hij voor een beeldscherm met een grafiek die naar beneden gaat. De beslissing om een foto vanwege het schokeffect niet te plaatsen hangt van een aantal factoren af. Van Bree zegt hierover:

“Het is vaak niet nodig een bloederige of heftige foto te laten zien om de boodschap het duidelijkst weer te geven. De foto moet wel een functie hebben. Er is een verschil tussen aanslagen en ongelukken. Ik probeer bij ongelukken te vermijden dat je nabestaanden op de foto ziet. Bij bijvoorbeeld een vliegtuigongeluk voegt dit ook niets toe. Je weet toch al wat er aan de hand is. Bij situatie die mensen elkaar aan hebben gedaan ligt het anders. Soms wil ik door middel van een heftige foto laten zien hoe ver mensen kunnen gaan. Ik wil de verschillende elementen aantonen, maar wel met nuances.”

Bij het overlijden van iemand gebruikt Van Bree soms oude, zwart-wit beelden, bijvoorbeeld bij Fanny Blankers Koen. De foto van de Olympische Spelen van 1948 is toch het beeld waar we haar van kennen, zegt hij. Zo’n foto zegt dan meer. Doordat hij zwart wit is weet je: dit is van vroeger. Bij het overlijden van Bram Vermeulen heeft Van Bree twee kleurenfoto’s gebruikt, maar wel een van ‘toen’ en ‘nu’.

---

<sup>92</sup> <http://www.hetaanzienvan.nl/overhetaanzien/fase3.html> bezocht op 7 augustus 2005



De foto's die voor het jaarboek worden gebruikt zijn afkomstig van fotopersbureaus. Er wordt geen gebruik gemaakt van eigen fotografen. Heel af en toe maakt Van Bree zelf een foto, bijvoorbeeld van zijn scoubidouende neefje en nichtjes. Vroeger moest Van Bree altijd naar fotopersbureaus toe, waar de foto's op dia bekeken konden worden. Nu bekijkt hij alle foto's gewoon thuis achter de computer. Nadeel hiervan is, dat er minder foto's beschikbaar zijn. Het voordeel is echter, dat hij altijd de foto kan krijgen die hij wil.

“Vroeger kwam het wel eens voor dat ik een foto wilde zien, welke was uitgeleend door het fotopersbureau. Later zag ik die foto terug in *de Volkskrant*, waarschijnlijk hadden zij hem dus. Verder houd ik de kranten gedurende het jaar in de gaten, en kijk ik of er mooie foto's bijzitten.”

Op grond van die krantenknipsels bestaat er al een idee over de gewenste foto's, toch worden meerdere bureaus geraadpleegd, om wellicht een betere foto te vinden. De kosten spelen bij de keuze van een foto ook een rol. Van Bree zegt hierover:

“De kosten zijn bij alle fotopersbureaus vrijwel gelijk. Maar ik kijk er wel naar. Als er enigszins dezelfde foto's zijn, kies ik de goedkoopste.”

Uit bovenstaande blijkt hoe Van Bree te werk gaat en wat zijn opvattingen zijn bij *Het aanzien van*. De volgende paragraaf beschrijft zijn werkwijze en opvattingen voor *Dit was 2004*.

### 3.3.2 Dit was 2004

De samenstelling van dit jaarboek ligt dus ook in handen van Van Bree. Daarom is hij ook geïnterviewd met betrekking tot de samenstelling van *Dit was 2004*. Voordeel is dat hij beide boeken kent. Ze worden door dezelfde uitgever uitgegeven, waardoor hij wellicht over interne informatie beschikt. Ook is hierdoor een vergelijking van de werkwijze mogelijk. Bovendien is hij betrokken bij de opzet van het boek. Sacha Buddingh, die ook teksten schrijft voor *Het aanzien van*, doet de eindredactie voor dit jaarboek. Hoewel de werkwijze voor een groot gedeelte dezelfde is, is er toch ook een aantal verschillen. De opzet van dit jaarboek is anders. De indeling is thematisch, en de foto staat centraal. Deze uitgangspunten zorgen ook voor een andere selectie.

Soms worden processen niet in *Het aanzien van* opgenomen. Processen krijgen immers vaak veel aandacht als ze beginnen of afronden. Van Bree kiest er dan soms voor om de gebeurtenis pas in het jaar erop, als het proces is afgerond, te plaatsen in *Het aanzien van*. Bij *Dit was 2004* worden de onderwerpen meer ansich behandeld, waardoor onderwerpen sneller opgenomen kunnen worden. Als voorbeeld geeft Van Bree het proces rondom Michael Jackson.

“Ik heb er voor gekozen om de aanklacht tegen Michael Jackson niet in *het aanzien van 2004* te zetten, omdat het nog liep. Nu het is afgerond zal het wel in 2005 opgenomen worden. In *Dit was 2004* hebben we het wel

vermeld, vanwege de sterke relatie met het onderwerp op de andere pagina. De foto's kwamen op deze manier erg goed tot hun recht."<sup>93</sup>

Hiermee komen we op een ander groot verschil. De foto neemt een veel prominentere plaats in. Ook de relatie *tussen* foto's staat centraal. Hoe verhouden zij zich tot elkaar? Soms is de keuze van de foto een kwestie van tijd. Soms zijn foto's te laat beschikbaar, geeft Van Bree aan. Over de functie van de foto zegt Van Bree het volgende:

“Bij *Het aanzien van* is het proces van belang. Ook de context is daar belangrijker. Bij *Dit was 2004* moet de foto eruit knallen. Het beeld is belangrijker, en de tekst korter. In de context plaatsen kan ook al in een zinnetje. *Dit was 2004* focust meer in beeld en tekst, bij het aanzien van gaat het meer om het verhaal eromheen. *Dit was 2004* heeft ook een andere vormgever.”

De fotokeuze wordt in onderling overleg bepaald door de eindredacteur (Sacha Buddingh') en Van Bree. De uitgeverij heeft de mogelijkheid in de bestanden van fotopersbureaus te zoeken. Het belangrijkste criterium bij de keuze van de foto is, dat het beeld zo krachtig mogelijk moet zijn. Ook heeft een kleurrijk beeld de voorkeur. Het beeld moet op een bepaalde manier confronterend –niet choquerend- zijn. Van Bree zegt over de functie van de foto verder het volgende:

‘Anders dan bij *Het aanzien van* hoeft hier de foto niet 'gelezen' te worden. Dat wil zeggen bij *Het aanzien* kies ik eerder voor beeld waarop veel te zien, terwijl bij *Dit was* eerder één element keihard centraal staat - overigens geldt voor beide boeken dat er belang is bij variatie, maar in hoofdlijnen komt het hierop neer.’

Bij *Dit was 2004* zijn er andere onderwerpen, vanwege de doelgroep en het aantal pagina's. De doelgroep wordt omschreven als 'alleenstaande jongere mensen, een meer vrijer publiek'. *Het aanzien van* richt zich meer op een volwassen publiek, 'de getrouwde stellen met kinderen'. Bovendien beschouwd Van Bree het als een echt gezinsboek.

“Vanwege deze doelgroep is er bij *Dit was* meer aandacht voor cultuur en bij *het aanzien van* meer aandacht voor politiek. Dat is een keuze”.

Soms is een onderwerp veel in het nieuws geweest, maar wil Van Bree het liever zelf niet plaatsen. Dan kan hij er toch niet omheen. In de journalistiek merkt hij een ontwikkeling in de opvatting.

“Vroeger behandelde we bij NOVA (eerdere werkgever) iets niet omdat het al eerder door een ander was behandeld. Nu willen we iets juist wel 'want het RTL-nieuws heeft het ook'. Bijvoorbeeld bij de dood van Hazes. Dat werd een belangrijke gebeurtenis doordat er in zoveel media-aandacht aan was besteed. Ook is het nu belangrijker te kijken naar 'wat de mensen willen'. Films en de Oscaruitreikingen zitten er daarom bijvoorbeeld in.”

Bij de onderwerpkeuze wordt dus ook aandacht besteed aan wat mensen erin willen. Daarnaast wordt dus ook gekeken naar wat anderen hebben.

---

<sup>93</sup> zij bijlage II foto Janet en Micheal Jackson.

Uitgangspunt bij *Dit was 2004* was, dat het voor Sinterklaas in de winkel moest liggen. Daardoor werden nieuwsgebeurtenissen gemist. Maar een jaarboek is echt een cadeauboek. Van Bree zou het liefste Kerst in januari zien:

“We hebben niet zoveel van *Dit was 2004* verkocht als we gehoopt hadden. Waarschijnlijk komt dit omdat het een nieuw product is, waar mensen nog aan moeten wennen.”

Van *Dit was* komt volgend jaar weer een boek uit. Dit zal in samenwerking zijn met het RTL-nieuws. RTL had ook een eigen boek, maar dat liep niet dus zijn ze er mee gestopt. Nu hebben ze Van Bree benaderd. De formule blijft hetzelfde, *Het Spectrum* levert nog steeds vrijwel alle pagina's, maar verslaggevers en nieuwslezers van het RTL-nieuws zullen bij ieder thema een inleidend onderwerp van twee pagina's schrijven waar ze zelf bij betrokken zijn geweest, zelf verslag van hebben gedaan. Over hoe dit er in de praktijk zal worden uitgewerkt, zegt Van Bree het volgende:

‘Het is de bedoeling dat het hoofdstuk *politiek* zal worden ingeleid door Conny Mus met een verslag over de ontruiming van de Gazastrook en het hoofdstuk *cultuur* door Max Westerman over Michael Jackson-proces enzovoort’

Hoewel de samenstelling dus nog in handen is van *Het Spectrum* zal het jaarboek qua identiteit toch een andere uitstraling krijgen. De samenwerking met RTL zal voor de lezers zeer herkenbaar zijn. De formule, waarbij het beeld centraal staat, blijft wel gehandhaafd.

### 3.3.3 Het jaar 2004, emotie in nieuws en sport

Tot slot kijken we naar het selectieproces bij het jaarboek van *De Telegraaf: Het jaar 2004, emotie in nieuws en sport*. De ondertitel doet al vermoeden dat er bovengemiddelde aandacht is voor nieuwsgebeurtenissen met emotie, en voor sport gebeurtenissen. Dit zal van invloed zijn op de selectie. De samensteller van het jaarboek is Paul Rijkema.<sup>94</sup> Hij doet de onderwerpselectie van het jaarboek, waar hij verder met een redactie aan werkt.

Hoewel wel naar andere nieuwsbronnen gekeken wordt, komt de nieuwsselectie van het jaarboek toch voor het grootste gedeelte uit de krant (*De Telegraaf*). Eén jaar kranten wordt, per maand, doorgelezen. Vervolgens worden er op basis van de selectie nieuwslijsten gemaakt. Of iets voor plaatsing in het jaarboek in aanmerking komt hangt af van de nieuwswaarde, zo zegt Rijkema. Wanneer iets nieuwswaarde heeft is moeilijk te omschrijven. Volgens Rijkema is het ‘een gevoel wat je meedraagt als je jaren met het nieuws bezig bent’. De selectie van gebeurtenissen wordt gemaakt, op basis van waarvan Rijkema denkt dat het een ‘bepaalde waarde’ heeft. Die onderwerpen schrijft hij op.

---

<sup>94</sup> Geïnterviewd op 5 augustus 2005 te Amsterdam, zie bijlage I, interview Paul Rijkema

“We werken met een team van 7 redacteuren.<sup>95</sup> Het boek wordt in twaalf maanden opgedeeld en sport krijgt apart veel ruimte. Dat is het ene jaar meer dan het andere jaar. Verder wordt bepaald of er dingen echt meer focus nodig hebben zoals bijvoorbeeld het overlijden Juliana.”

Het jaarboek heeft de ‘look en feel’ van de krant *De Telegraaf*. Dit komt onder andere tot uitdrukking in de columns die zijn opgenomen. Daarin kan de ideologie van de krant verpakt worden. De columns worden geschreven door mensen die ook columns in *De Telegraaf* schrijven. Zij zijn dus zichtbaar in de krant en drukken daar ook een stempel op. Rijkema vraagt zicht af of hij daar wel mee door moet gaan:

“We zijn daarmee begonnen en nu is de vraag of we daarmee door moeten gaan. Maar ik ben dan zo loyaal dat ik denk we huren ze al acht jaar in. (...) De columns zijn wel heel leuk geschreven, maar ze gaan niet specifiek over het jaar. Je zou het ook los kunnen koppelen.(...) Columnist Dijkstra heeft een leuke pen, en daar ben ik enthousiast over. Het gevoel van de krant die je iedere dag leest moet terugkomen in het jaarboek.”

Het jaarboek is dusdanig samengesteld, zodat het aantrekkelijk is voor de *De Telegraaf*-lezer. Er zit veel herkenbaarheid in. Herkenning voor de (*De Telegraaf*) lezer is dus een belangrijk criterium. Het gaat hierbij niet zozeer om herkenning van de gebeurtenissen, maar om herkenning van de ‘afzender’. De relatie met de krant *De Telegraaf* is erg sterk.

Het jaarboek kent een gedeeltelijk chronologische indeling. De nieuwsgebeurtenissen worden per maand gerangschikt, maar binnen die maand is de volgorde subjectief. Rijkema geeft aan dat hij daar veel reacties over krijgt, voornamelijk van oudere lezers. De behoefte aan *wie, wat, waar, wanneer* blijkt toch wel groot te zijn. De samensteller kan zich goed vinden in die kritiek, en zal daar dit jaar wel ‘een beetje gehoor aan geven.’ Over de totstandkoming van de samenstelling binnen een maand zegt Rijkema het volgende:

“Ik moet eerlijk zeggen, dat is een beetje natte vinger werk. Ik vind de mix van een pagina ook wel belangrijk. Dat je niet alleen maar *crime* op een pagina hebt, maar ook lichtere onderwerpen. Dat is natuurlijk ook de formule voor onze krant. De mix is heel belangrijk. En op die manier blijft het aantrekkelijk voor je. Dat zie je met de krant nu ook. In deze tijd hebben we veel te maken met terroristische aanslagen. Veel ellende die mensen op zich af krijgen. Als je dat een aantal dagen achter elkaar prominent doet, krijg je toch reacties van mensen die er niet blij mee zijn. Mensen hebben ook behoefte aan iets vrolijks.”

Afwisseling tussen hard en zacht nieuws is dus erg belangrijk voor de samensteller. Volgens Rijkema moet het jaarboek ook een stukje entertainment bevatten. Mensen moeten er een ‘goed gevoel’ bij hebben. Dat is dus ook het streven bij het uitgeven van boeken. De hoeveelheid aandacht per onderwerp hangt af van de ruimte die beschikbaar is binnen een maand. Ook hier speelt de beschikbare ruimte dus weer een belangrijke rol.

---

<sup>95</sup> in het colofon van het jaarboek is een redactie van 10 mensen opgenomen.

“Omdat dit jaarboek ook andere ‘dingen’ erbij doet, moet op een gegeven moment een keuze worden gemaakt. Sommige onderwerpen maak je het hoofdonderwerp van de pagina, en plaats daar dan een grotere foto bij.”

Dit hoeft niet per se het ‘harde’ nieuws te zijn. Sommige onderwerpen zijn zo merkwaardig dat zij veel aandacht verdienen. Als voorbeeld geeft Rijkema de foto op pagina 79<sup>96</sup>:

“Dit is natuurlijk een hele curieuze foto, die zal je in een ander jaarboek niet terugzien. Voor de krant vind ik dat echt lachen. Herintreders met een kaboutermuts die dan moeten gaan prikken, ja dat vind ik gewoon leuk. Komische waarde, daar geloof ik in.”

Bij de keuze van nieuwsonderwerpen krijgt binnenlands nieuws voorrang. Buitenlands nieuws krijgt ook wel ruimte, maar dan moet het wel ‘overtreffende trap nieuws’ zijn.

“Dan zien we dat we de kranten wel verkopen, als het buitenlandse nieuws echt waarde heeft. Als je er een laag onder gaat zitten kiezen we liever voor het nieuws dicht bij huis. Zo’n klusser Nico in opspraak zal in andere jaarboeken niet zichtbaar zijn, maar wij hebben toch het idee dat mensen dat leuk vinden, er mee bezig zijn, ook om een beetje over te roddelen. Die kant wordt wel heel erg gekozen.”

Rijkema is dus alleen verantwoordelijk voor de keuze van de onderwerpen. De tekst schrijft hij met een aantal redacteuren. Dit gebeurt tussen de andere werkzaamheden door. De redacteuren zijn dus niet fulltime in dienst van het jaarboek, maar werken ook voor de krant.

Van sommige onderwerpen is niet direct duidelijk hoe het verloop gedurende het jaar zal zijn. Rijkema zegt hierover:

“Gaandeweg probeer ik de deuren die open blijven staan af te sluiten. Vooral bij strafzaken is dat het geval. Je blijft dan dat nieuws over dat onderwerp volgen en dat herschrijf je dan. Je schrijft het stuk later af. Hoe dat dan gaat ligt een beetje aan de vorm van de pagina.”

De tekst uit de eigen krant wordt dus herschreven aan de hand van ontwikkelingen. Volgens Rijkema is dat iets wat goed werkt.

“Als ik al die jaren naast elkaar leg zit er niet veel verschil in. Valt heel erg mee vind ik. De grote dingen uit het jaarboek kom je overal wel tegen. Zie je overal op dezelfde manier verschijnen. Kijk zoiets als ‘lotto winnares smijt met geld’ zul je in *Het aanzien van* niet tegenkomen. Zo’n verhaaltje over een rentree van een worstelaar zul je niet tegen komen, ik vind dat toch wel heel leuk. Dat je toch denkt van ‘hé wat gek!’”

Rijkema geeft aan dat naast de waarde van het terugblikken, dus het herkennen van de nieuwsonderwerpen, het herkennen van en het relateren aan de eigen leefsituatie ook erg belangrijk is.

“Iets als *koffie veelal slootwater op werk* zul je in een ander boek niet vinden. Ik heb het idee dat mensen hier veel in herkennen, en dat ze dat toch wel heel leuk vinden om te lezen. Dat is bij de krant ook zo. Je ziet andere kranten het ook wel wat meer doen, dat je toch een aantal dingen meepikt wat toch het gesprek van de dag vaak is. Mensen hebben het niet over zware dingen als de ziektenkostenpremie, maar wel over de koffie, die blijkbaar overal zo slecht is.”

---

<sup>96</sup> Zie bijlage II (foto herintredende kabouters)

De keuze voor de foto gebeurt in overleg met elkaar. Rijkema geeft aan dat de jaarboekredactie een ‘vrij horizontaal ‘clubje’ is. Er is geen aparte fotoredactie. Wel zijn er twee opmaakredacteuren. Zij monteren het jaarboek, maar ze doen ook journalistiek mee. De redactieleden bespreken de foto’s met elkaar:

“Zo van, dit is wel een hele leuke foto, die zetten we erin. Het is toch wel een spel van het team. Vooral belangrijk dat veel mensen het leuk vinden. Bijvoorbeeld bij Van Basten. Dit is het nieuwe team wat ons wereldkampioen moet maken. Je ziet een bepaalde werking van een nieuwe generatie. Andere aanpak, andere benadering, en het is natuurlijk wel heel erg grappig dat het goed gaat. Vind ik ook heel erg leuk en apart. Leuk om te zien.”

Vaak wordt gekozen voor foto’s met mensen. Er moet een sfeerbeeld worden neergezet. Maar de foto heeft ook een triggerfunctie. Vooral bij de plaatsing van kleine portretfoto’s is dit het geval. De samensteller hecht hier veel waarde aan. Hij stelt, dat wanneer je een verhaal los ziet van de foto, je minder geneigd bent om het te lezen, dan wanneer je er een fotootje bij plaatst. De foto dient ter ondersteuning van het bericht.

Met het tonen van gewonde slachtoffers moet je voorzichtig zijn, vindt de samensteller.

“Bij filmbeeld gaat het sneller aan je voorbij, dan krijg je er wel even een vervelend gevoel bij. Maar als je het in de krant zet, en je ziet het op print, kun je er langer naar kijken, dan heeft het toch meer impact. En wat je daar aan toegevoegde waarde neerlegt ja, het kan ook heel veel irritatie opleveren. Het moet wel iets toevoegen, of een hele sterke boodschap brengen.”

Andere foto’s, bijvoorbeeld van Fortuyn of van Van Gogh, die ook heel gruwelijk zijn, moeten wel geplaatst worden. Rijkema stelt dat deze foto’s een ‘nieuwsaarde in overtreffende trap’ hebben. Soms wordt besloten een foto plaatsen om een boodschap aan de samenleving te geven. Dat was ook de motivatie voor de keuze voor het plaatsen van de foto van Van Gogh:

“Op dat moment hebben we toch de afweging genomen om hem te plaatsen. Omdat het een maatschappelijk beeld neerzet. In deze tijd leven we nu. En die beslissing moet je dan wel nemen om hem te laten zien. Is een boodschap aan de samenleving, en die taak moet je dan wel op je nemen.”

Bij de keuze voor de foto spelen ook de kosten een rol. Daarom wordt vaak gekozen voor een foto die al in de krant heeft gestaan, of van eigen fotografen. Deze zijn goedkoper. Ook wordt geprobeerd met de persbureaus prijsafspraken te maken.

### **3.4 Marketing**

Nu we weten hoe de boeken tot stand komen, komen we bij het laatste onderdeel in het proces, namelijk de verkoop van de boeken. Al eerder is gesproken over de doelgroep van de jaarboeken. In deze paragraaf zal daar nogmaals kort op ingegaan worden. Tevens zal besproken worden hoe de boeken op de markt worden aangeboden.

Een paar jaar geleden is er onderzoek gedaan naar het lezerspubliek van *Het aanzien van*. Daaruit bleek dat het een redelijke doorsnee is van de Nederlandse samenleving. Er zijn meer mannelijke lezers dan vrouwen, en zo'n 40 procent heeft een opleidingsniveau van HBO of hoger. Uit het onderzoek blijkt dat de mensen die het boek niet kopen een ouderwets beeld hebben van de reeks. Daarom is de lay-out van het boek aangepast, zodat het boek toch een wat moderner imago kreeg. Om marketingtechnische redenen is besloten bij het jaarboek van 2004 weer één foto een prominente plaats op de voorkant te geven. Volgens Van Bree blijkt dat beter te verkopen. Bij *Het aanzien van* richten ze zich op een volwassen publiek. Het is echt een gezinsboek. Het boek spreekt veel mensen aan. Tachtig procent van de kopers is verzamelaar. Daarom kunnen wijzigingen niet zomaar doorgevoerd worden. Toen het jaarboek in december uitgebracht werd in plaats van in januari kreeg de uitgever veel boze reacties van lezers. Dit moet dus in het achterhoofd worden gehouden. Twee jaarboeken bij één uitgever geeft meer ruimte voor het traditionele *Het aanzien van 2004* voor de trouwe koper en een andere versie voor een nieuwe 'hippere' markt: de twee jaarboeken richten zich op een ander publiek (naast 'gezin' versus 'jong en vrij' ook 'spaarders' versus 'impulsaankopers') en lijken dus eerder complementair dan concurrerend. De boeken worden in boekhandels verkocht. Door de komende samenwerking met RTL-nieuws, zal voor *Dit was 2005* ook reclame worden gemaakt op televisie. Nu worden alleen persberichten uitgegeven. Omdat *Het aanzien van* al zo lang loopt, weten boekenwinkels vaak hoeveel boeken zij moeten bestellen.

*Het jaar 2004* is anders op de markt gepositioneerd. Volgens Rijkema was het eerste jaar niet echt succesvol. Het bleek een moeilijke markt en bovendien was de eerste uitgave een joint venture. Hierdoor was het ook moeilijker promoten. 'Je promoot dan ook voor de ander, en zij wilden niet bijdragen in de advertentiekosten', zegt Rijkema hierover. Het tweede jaar is via direct mail aan honderdduizend mensen een email gestuurd, met advertentiekaarten met klantenprijs. Alle abonnees van *De Telegraaf* die met acceptgiro betalen kregen zo'n kaart in de bus. Daar kreeg het jaarboek behoorlijke respons op.

Vervolgens is het jaarboek 'wat veldwerk' gaan doen. In Nederland zijn er zo'n tweeduizend boekwinkels. Daarentegen is het aantal verkooppunten van de krant (*De Telegraaf*) zo'n veertienduizend. Daarom is het jaarboek als tijdschrift in de markt gezet, zodat het op de verkooppunten van de krant kon worden verkocht.

Daarvoor verliep de verkoop via het Centraal Boekenhuis. Daardoor was er sterke controle op de verkoop. De precieze verkoopcijfers zijn dan bekend, waardoor je precies weet wanneer boeken uitverkocht zijn, en dus nieuwe boeken moeten worden geleverd. Maar de kosten zijn ook hoog. Er wordt betaald per handeling die het boekenhuis doet.

De prijs voor het op de markt brengen van tijdschriften is lager. Daarom is ervoor gekozen het jaarboek op die manier op de markt te brengen. Het nadeel is dat niet precies bekend is hoeveel er wordt verkocht.

Daardoor kan het voor komen dat er op een bepaald moment tijdelijk geen boeken meer te verkrijgen zijn bij een verkooppunt. Pas na een paar jaar weet je hoe de verkoop in de markt is.

Naast de mailing aan de abonnees is het jaarboek nu dus op alle verkooppunten van de krant te koop. Daardoor is het bereik van het publiek veel groter. Gebleken is dat het jaarboek van *De Telegraaf* in Noord- en Zuid-Holland goed verkoopt. Ook bij de Bruna en de Albert Heijn worden veel jaarboeken verkocht. Het blijkt dat de aanschaf van een jaarboek vaak impulsief is. Mensen lopen er op deze manier makkelijker tegenaan.

Sinds dit jaar werkt het jaarboek samen met Aldipress. Zij verspreiden het nu over de grote outlets, zoals de supermarkten, de Bruna's en de AKO's. De kleine verkooppunten van de krant worden niet meer bevoorrad. Hoewel ze dit jaar iets minder verkocht hebben, was de 'schade' volgens Rijpkema 'niet groot'.

### 3.4 Conclusie

In dit hoofdstuk hebben we een indruk gekregen van het proces van totstandkoming van het jaarboek. We hebben gekeken naar de indeling van de jaarboeken, de doelgroep, de wijze waarop het jaarboek wordt samengesteld en de marketing.

#### Identiteit en doelgroep

##### Identiteit:

De identiteit van de jaarboeken is divers. *Het aanzien van* is –volgens eigen zeggen- het meest volledig. Het jaarboek geeft, bijvoorbeeld door de chronologische tijdlijn, ook die indruk. *Dit was 2004* oogt veel moderner, onder andere vanwege de gewaagde kleur van de omslag. Wellicht zal de identiteit van het jaarboek vanwege de samenwerking met RTL veranderen. *Het jaar 2004* heeft duidelijk de 'look en feel' van de krant. De relatie met krant is groot. Dit komt onder andere tot uitdrukking in de lay-out, de onderwerpkeuze en columns (die geschreven worden door columnisten van de krant).

##### De doelgroep

Ook de doelgroep is divers. *Het aanzien van* richt zich voor een groot gedeelte op de verzamelaars, dit blijkt maar liefst tachtig procent van de kopers te zijn. De samensteller richt zich bij de selectie op gezinnen, op 'volwassen' mensen. Dit komt tot uitstraling in een overzichtelijke, degelijke lay-out. Bij *Dit was 2004* is nog geen sprake van verzamelaars, omdat het boek voor het eerst uitgebracht is. De doelgroep van *Dit was 2004* zou jonger en vrijer zijn. Ze proberen de doelgroep onder andere aan te spreken door de 'hippe' cover, en door de lay-out, waarin het beeld prominent is. Ook de lay-out van *Het jaar 2004* sluit aan bij de doelgroep van de samensteller, namelijk *De Telegraaf*-lezer. De lay-out van de krant, met kolommen en onderschriften, is terug te vinden in het jaarboek.



Ook met betrekking tot de keuze van de onderwerpen speelt de doelgroep een rol. *Het aanzien van* pretendeert het meest complete jaaroverzicht te zijn, dit zetten ze ook op de omslag. Dit is waarschijnlijk wat de verzamelaar aantrekt. Vanwege de doelgroep is er in het jaarboek bovengemiddelde aandacht voor politiek. *Dit was* heeft vanwege de doelgroep meer aandacht voor cultuur. *Het jaar 2004* heeft vanwege de doelgroep meer aandacht voor ‘het menselijke’ en voor binnenlands nieuws en sport.

### Selectieproces

Met betrekking tot het selectieproces kan een aantal interessante conclusies getrokken worden.

### Selectiemethode

Van Bree signaleert een ontwikkeling in het medialandschap, namelijk dat er steeds meer wordt gekeken naar anderen. Vervolgens geeft hij aan dat er steeds meer aandacht is voor ‘wat mensen willen’. Hoewel Van Bree het niet expliciet over de ‘jaarboekmarkt’ heeft, lijkt het erop dat hij ook naar het jaarboek van *De Telegraaf* verwijst. Zij hebben namelijk als belangrijk uitgangspunt dat ze schrijven *wat mensen willen*. Van Bree geeft aan dat dat steeds meer een vereiste is. Als voorbeeld haalt hij de dood van Hazes aan. Van Bree wilde er eigenlijk liever geen aandacht aan besteden. Door de grote media-aandacht, kon hij er niet omheen. *De Telegraaf* is wat dat betreft een stuk duidelijker in zijn opzet: ze maken wat de mensen willen lezen. Bij *Het aanzien van 2004* komt dat minder naar voren, wellicht is Van Bree idealistischer of wellicht belerender. Dit sluit aan bij het volgende punt.

Aangezien het jaarboek van *De Telegraaf* door meer mensen gemaakt wordt, is het minder persoonlijk. Hoewel één persoon verantwoordelijk is voor de onderwerpkeuze, worden de teksten door een redactie geschreven. *Het aanzien van* wordt door één persoon samengesteld. Hij is tevens verantwoordelijk voor de beeldkeuze. Daardoor wordt het boek persoonlijker, wellicht heeft dit ook consequenties voor de inhoud. *Dit was 2004* wordt voor het grootste deel door één persoon samengesteld, maar de eindredactie is in handen van iemand anders. Deze fungeert dus als een ‘controleur’, persoonlijke opvattingen krijgen daardoor minder ruimte. De samenstellers van dit onderzoek zijn dus de gatekeepers van het jaarboek. Hoe minder mensen bij het boek werken, hoe minder *gates* er zijn. Er zijn dan minder beslissingsmomenten bij de keuze om een gebeurtenis in het jaarboek op te nemen, bij de keuze van een foto en de uitwerking van de gebeurtenis in tekst.

Ook de informatiebronnen waaruit de gebeurtenissen worden geselecteerd komen niet overeen. De onderwerpen worden bij *het aanzien van* en van *dit was* gekozen uit diverse media, bij *De Telegraaf* komt de onderwerpselectie alleen uit de eigen krant.

*Het aanzien van* en *Dit was* maken ook gebruik van Vlaamse media vanwege de afzetmarkt. Binnenlands nieuws heeft bij de Telegraaf de voorkeur boven buitenlands nieuws, tenzij dit ‘in overtreffende trap’ is. De afzetmarkt is dus ook van invloed op de onderwerpselectie.

Over hoe de samensteller tot hun selectie komen, verschillen beiden heren sterk van opvatting. *Het aanzien van* wil het meest volledige overzicht zijn, en de nieuwsgebeurtenissen worden dus heel zorgvuldig gekozen. Bij het jaarboek van *De Telegraaf* kan de keuze omschreven worden als ‘natte vinger werk’, waarbij de mix tussen onderwerpen als belangrijk wordt gezien.

### Selectiecriteria

Hiermee zijn we aangekomen bij de selectiecriteria. Alle jaarboeken streven naar herkenning, alleen wat hieronder verstaan wordt verschilt per jaarboek. Bij *Dit was 2004* en bij *Het aanzien van 2004* wordt herkenning van de nieuwsgebeurtenissen als belangrijk criterium voor de selectie gezien. Het jaarboek van *De Telegraaf* streeft ook naar herkenning, maar de samensteller spreekt in dat geval met name over herkenbaarheid van de krant in het jaarboek. Hoewel de waarde van het terugblikken wel wordt erkend, is het bij de keuze van de nieuwsgebeurtenissen ook belangrijk dat mensen het kunnen toepassen op de eigen leefsituatie. Dit is een belangrijk uitgangspunt.

Ook bij *Het aanzien van* wordt ook gekeken naar zaken die iedereen raken, die op iedereen betrekking hebben, maar Van Bree geeft aan dat deze onderwerpen voornamelijk worden geselecteerd om voor een rustpuntje in het jaarboek te zorgen.

Uit de case study van David Manning White bleek dat aandacht per thema afhankelijk is van actualiteit. Het kan dus voor komen dat er in één week veel aandacht voor Human Interest, vanwege een rechtszaak. Dit gaat dus ten koste van ander nieuws.<sup>97</sup> Jaarboeken zijn niet gebonden aan de actualiteit. In alle drie de jaarboeken wordt gekeken naar de verhouding tussen de onderwerpen. In geen enkel geval bestaan daar vooraf opgestelde afspraken of richtlijnen over. Wel worden uitgangspunten gehanteerd. Vooral bij het jaarboek van *De Telegraaf* moeten mensen er een ‘goed gevoel’ aan over houden.

### Het schrijven van de tekst

Het schrijven van de teksten kent in alle jaarboeken één belangrijk criterium: de lengte. Hoewel dit ook voor kranten geldt, wordt in de meeste jaarboeken geen onderscheid gemaakt tussen gebeurtenissen. Dat is een verwonderlijk uitgangspunt. Bij *Dit was 2004* moet de tekst altijd even lang zijn. Binnen *Het aanzien van* is er meer ruimte in de lengte van de tekst. Sommige gebeurtenissen krijgen meerdere pagina’s aandacht. Bij *Het jaar 2004* lijkt de meeste ‘vrijheid’ te zijn in de lengte van de tekst, omdat de teksten in grootte

---

<sup>97</sup> H. Tumber, news: a reader, 70

verschillen (zie hoofdstuk 4). Echter, daar is per *maand* een aantal pagina's beschikbaar, waardoor extra tekst ten koste gaat van de ruimte van andere nieuwsgebeurtenissen in die maand.

Met betrekking tot het schrijven van de teksten kan verder het volgende gezegd worden. Bij *Het jaar 2004* worden de teksten uit de eigen krant herschreven. Bij de andere twee jaarboeken wordt de informatie uit diverse kranten en andere media gehaald, en voor het jaarboek op maat geschreven.

Bij *Het aanzien van 2004* is één man verantwoordelijk voor het schrijven van de teksten, maar krijgt daarbij in drukke periodes assistentie. Bij *Dit was 2004* schrijven drie personen de teksten. Bij *Het jaar 2004* wordt door een tienkoppige redactie aan het schrijven van de teksten gewerkt. Hierdoor zal de schrijfstijl misschien gevarieerder zijn.

### Functie van de tekst

Van Bree vindt de tekst van *Het aanzien van* erg belangrijk. Hij gelooft niet in het cliché *één foto zegt meer dan duizend woorden*. Er is tekst nodig om een foto te begrijpen. Ook vanwege het feit dat Van Bree veel waarde hecht aan de 'houdbaarheid' van het jaarboek, vindt hij de tekst belangrijk. Bij *Dit was* is de functie van de tekst ondergeschikt aan de foto. Daarom is er per gebeurtenis slechts een korte tekst. In de context plaatsen kan ook al in een zinnetje, is hier de opvatting. Binnen *Het jaar 2004* wordt niet veel aandacht wordt besteed aan het *wie, wat, waar, waarom* (zie theorie h1) en dat hij daar wel verandering in wil brengen. Uit de theorie in hoofdstuk 1 bleek dat de journalistiek de vier w's<sup>98</sup> als uitgangspunt hanteert. Soms wordt daar een vijfde W aan toegevoegd: waarom. Later in mijn onderzoek zal ik hierop teruggekomen.

### Keuze van de foto

Van Bree kiest de foto die volgens hem beste bij de gebeurtenis past, dit kan ten koste gaan van de tekst, omdat het soms bevorderlijk is een foto te bewerken. Het formaat van een foto kan bijvoorbeeld van invloed zijn op het effect en de waarde van de foto. Verkleinen kan dan niet gewenst zijn. De foto's zijn afkomstig van fotopersbureaus. Een enkele keer maakt hij zelf een foto. Bij *Dit was* worden foto's ook bij persbureaus gekozen. Het belangrijkste criterium is, dat het beeld krachtig moet zijn. Ook heeft een kleurrijk beeld de voorkeur. En het beeld moet op een bepaalde manier confronterend zijn. De keuze voor de foto gebeurt bij *Het jaar 2004* met de hele redactie. Een foto moet dan 'leuk' zijn. De foto's zijn afkomstig van de krant, en hebben dus al eerder in de krant gestaan. Bij de keuze van de foto spelen ook de kosten een rol. Daarom wordt geprobeerd zoveel mogelijk gebruik te maken van eigen fotografen, de beeldrechten hebben zij dan immers al.

---

<sup>98</sup> De vier W's zijn wie, wat, waar, wanneer. Rijpkema noemt ook vier W's, maar noemt waarom in plaats van wanneer.

### Functie van de foto

Bij *Het jaar 2004* wordt gekozen voor foto's met mensen. Volgens de samensteller moet er een sfeerbeeld worden neergezet, en heeft de foto ook een triggerfunctie. Vooral bij de plaatsing van kleine portretfoto's is dit het geval. De foto is ter ondersteuning van het bericht. Dit is tegengesteld aan de functie van de foto in *Dit was 2004*, waar de foto juist het uitgangspunt vormt. Ook is de opvatting van Rijkema tegengesteld aan die van Van Bree. Hij vindt juist dat een foto veel moet laten zien, veel inhoud moet hebben. In de theorie wordt dit een descriptieve foto genoemd. Van de foto's die in *Het jaar 2004* worden gebruikt, met name de portretfoto's, wordt in de theorie gezegd dat ze niet aan de drie waarden van een goede persfoto voldoen, namelijk: *animation*, *relevant context* en *depht of meaning*. Volgens Evans zij er twee redenen om een 'saaie' foto van gezichten te plaatsen: Ten eerste, wat Evans *telephone directory journalism* noemt: bekende gezichten 'verkopen'. Als tweede reden noemt hij dat journalisten het als afgezaagde saaie onderwerpen zien. Ook in het geval van *Het jaar 2004* gaat dit op. De gezichten hebben een triggerfunctie, en moeten dus verkopen. Bovendien worden soms foto's bij artikelen geplaatst die op zichzelf niets zeggen, misschien is dit omdat de onderwerpen als saai worden beschouwd. Toch kan dat naar aanleiding van de interviews niet direkt gesteld worden. Rijkema geeft aan het artikel van *het koffiedrinken op het werk* leuk te vinden. Daarbij is een foto van een kop koffie geplaatst. Ook in dit geval heeft de foto dus een triggerfunctie.

### Schokkende beelden

Met betrekking tot het tonen van schokkende beelden hebben beide samenstellers heldere opvattingen. Van Bree stelt dat het vaak niet nodig is om een bloederige of heftige foto te laten zien. De foto moet wel een functie hebben. De opvatting van Rijkema sluit hierbij aan. Ook hij vindt dat het tonen van schokkende beelden iets toe moet voegen, of een sterke boodschap moet brengen, anders levert het volgens hem alleen maar irritatie op.

Over wanneer een foto dan wel geplaatst kan worden zijn de mannen duidelijk. Van Bree vindt dat er een verschil is tussen aanslagen en ongelukken. Bij situaties die mensen elkaar aangedaan hebben, wil Van Bree door middel van een heftige foto laten zien hoe ver mensen kunnen gaan. "Ik wil de verschillende elementen aantonen, maar wel met nuances." Rijkema vindt dat je soms foto's wel moet plaatsen, hoe gruwelijk ze ook zijn. Bijvoorbeeld van Fortuyn of van Van Gogh. Rijkema stelt dat deze foto's een 'nieuws waarde in overtreffende trap' hebben. Een foto moet dan geplaatst worden om een boodschap aan de samenleving te geven. Bovendien zegt Rijkema dat foto's met schokkende beelden meer impact hebben, dan filmbeelden. Dit komt overeen met de theorie van Evans, zoals aangegeven in hoofdstuk 1.

### Marketing

De jaarboeken *Het aanzien van* en *Dit was* worden als boek op de markt gebracht, en zijn dus bij alle boekhandels te koop. Via persberichten wordt de aandacht op het product gevestigd. Veel boekhandels

hebben, vanwege hun lange ervaring met *Het aanzien van*, intekenlijsten. *Het jaar 2004* wordt als tijdschrift uitgegeven. Dit betekent dat het boek bij meer verkooppunten te verkrijgen is, waaronder bij de Albert Heijn en de Bruna. Ook adverteert *De Telegraaf* onder haar abonnees.

### **3.5 Tot slot**

Nu we gezien hebben hoe de selectie binnen de jaarboeken tot stand komt, zijn we aangekomen bij de inhoud van de boeken. Oftewel: wat is het resultaat van de selectie? In het volgende hoofdstuk zullen de resultaten van de kwantitatieve analyse besproken worden.

## Hoofdstuk 4 De kwantitatieve inhoudsanalyse

### Inleiding

Aan de hand van vooraf opgestelde variabelen zijn alledrie de jaarboeken geanalyseerd.<sup>99</sup> In dit hoofdstuk worden de resultaten uit deze analyse besproken. De uitkomsten van deze analyse moeten ons meer inzicht geven in de inhoud van de boeken, en de verhouding binnen het jaarboek en tussen de drie onderzochte jaarboeken.

### 4.1 De onderwerpen

Allereerst kijken we naar de onderwerpen die in het jaarboek voor komen. Zoals gezegd is dit onderzoek opgedeeld in zestien categorieën. Welke onderwerpen komen in het jaarboek voor? In onderstaande tabel staan de zestien onderwerpen van dit onderzoek per jaarboek uitgewerkt. In percentages is aangegeven hoe de onderwerpen zich in het jaarboek verhouden. Het gaat hierbij om het percentage van het aantal keer dat een gebeurtenis in deze categorie in het jaarboek aanwezig is.

	Het aanzien van 2004	Dit was 2004	Het jaar 2004
Politiek	31	23	14
Oorlog en terreur	10	10	4
Muziek	3	5	2
Cultuur	10	14	6
Economie	1	1	7
Wetenschap en techniek	5	7	1
Koninklijk Huis	5	7	6
Sport	9	23	21
Criminaliteit	10	3	13
Rampen en epidemieën	8	7	3
Rages	1	1	1
Weer	0	0	1
Human interest	1	0	10
Zorg	1	0	5
Dieren	0	1	2
Overig	4	0	5
Totaal	100 %	100 %	100 %

<sup>99</sup> Zie voor de uitwerking van de variabelen de desbetreffende paragrafen in hoofdstuk 2. Voor de dataverzameling verwijs ik u naar de bijlagen (III).

Zoals uit de tabel blijkt heeft *Het aanzien van 2004* een hoog percentage van de categorie *politiek*. De samensteller lijkt dus in zijn opzet geslaagd. Gezien de doelgroep is er, zo gaf de samensteller aan, veel aandacht voor politiek nieuws. Ook andere ‘zwaardere’ categorieën zijn ruim(er) vertegenwoordigd in het jaarboek, zoals *oorlog en terreur* en *criminaliteit*. Deze drie categorieën nemen meer dan de helft van het jaarboek in beslag. Verwacht wordt dat *Het aanzien van 2004* om deze reden het meeste harde nieuws zal bevatten. Hier zal later op worden teruggekomen. In *het aanzien van* is, in vergelijking met de andere boeken, relatief weinig sport.

*Dit was 2004* zou vanwege de doelgroep meer aandacht voor *cultuur* hebben. Zoals uit de data blijkt heeft *Dit was* inderdaad het hoogste percentage cultuur, in vergelijking tot de andere jaarboeken. Er is zelfs meer dan twee keer zoveel cultuur in dit jaarboek, als in *Het jaar 2004*. Wat ook opvallend is, is het hoge percentage *sport* in dit jaarboek. Deze categorie neemt bijna een kwart van het jaarboek in beslag. *Sport* is ook de grootste categorie in het jaarboek van *De Telegraaf, Het jaar 2004*. In het interview gaf de samensteller al aan dat dit thema veel aandacht krijgt binnen de krant en het jaarboek. Ook uit de ondertitel van het jaarboek, emotie in nieuws en sport, wordt duidelijk dat aan dit thema veel waarde wordt gehecht. De samensteller gaf ook aan dat er vanwege de doelgroep veel aandacht is voor het Koninklijk Huis. Uit de resultaten blijkt dat *Dit was 2004* iets meer aandacht heeft voor dit thema en *het aanzien van 2004* iets minder. De verschillen zijn echter marginaal. Toch kunnen hieruit niet direct conclusies getrokken worden. De aandacht voor, en de uitwerking van, gebeurtenissen rondom de Nederlandse koninklijke familie is namelijk wel degelijk verschillend. Wat dat betreft geven de bovenstaande percentages een vertekend beeld. Het gaat in op het *aantal* nieuwsgebeurtenissen binnen een categorie, maar zegt niets over de *uitwerking* van die gebeurtenissen. In hoofdstuk 5 zal worden ingegaan op de wijze van benadering onder andere binnen dit thema.

Grote verschillen tussen de jaarboeken zijn er met betrekking tot de categorie *human interest*. Deze categorie is in *Het jaar 2004* ruim vertegenwoordigd, terwijl dit in de andere twee jaarboeken nauwelijks of geen aandacht krijgt. De verklaring hiervoor ligt bij de identiteit van *De Telegraaf*. Zoals uit hoofdstuk 3 blijkt is ‘het menselijke’ een belangrijk uitgangspunt bij de nieuwsselectie. Onderwerpen in deze categorie handelen over ‘kleine lotgevallen van mensen en de man op straat’. Bij deze gebeurtenissen staat de mens dus centraal. Vanwege het uitgangspunt van de krant, welke ook voor de nieuwsselectie van het jaarboek geldt, krijgt deze categorie dus veel aandacht in het jaarboek.

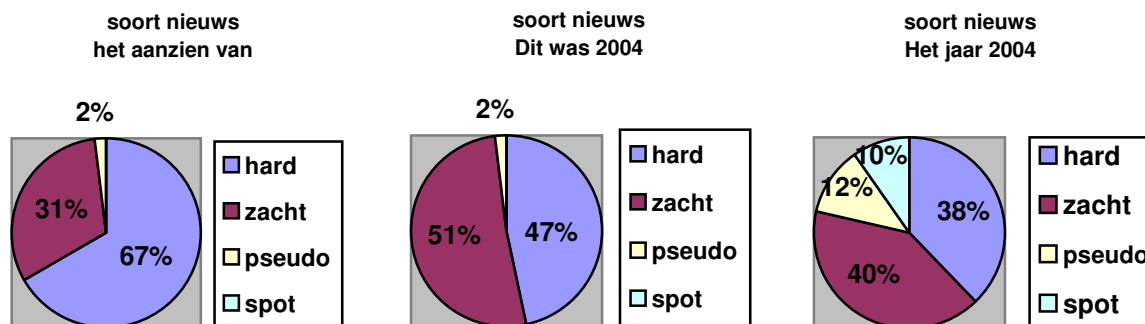
In een eerdere editie van *Het aanzien van* werd in een inleidende tekst gezegd dat in het jaarboek onderwerpen staan die mensen hebben beziggehouden, waar mensen over hebben gepraat. Het weer zou een van die onderwerpen zijn. Daarom is deze categorie in het onderzoek opgenomen. Uit de gegevens blijkt dat aan dit thema in alledrie de jaarboeken nauwelijks aandacht wordt besteed. Kennelijk was het weer in 2004 niet het vermelden waard.

De categorie *zorg* is in de gegevensverzameling opgenomen, omdat deze in *Het jaar 2004* veel voor kwam. Daarom is besloten een aparte categorie hiervoor te maken, te meer omdat de categorie ‘overig’ dan niet te groot zou worden (en dan met veel dezelfde onderwerpen een vertekend beeld zou geven). In de andere twee jaarboeken komt deze categorie nauwelijks of niet voor. De reden dat nieuwsgebeurtenissen rondom de zorg wel aandacht krijgt in het jaarboek van *De Telegraaf* is weer te herleiden naar het menselijke aspect van deze berichten. Ook staan dergelijke gebeurtenissen dicht bij mensen, iedereen heeft –in meer of mindere mate– te maken met de zorg in Nederland. *Politiek* en *oorlog en terreur* krijgen in het jaarboek relatief weinig aandacht, in vergelijking met de andere jaarboeken. De categorie *criminaliteit* is juist goed vertegenwoordigd. Dit is te herleiden vanuit het uitgangspunt dat binnenlands nieuws voorrang krijgt op buitenlands nieuws. Later in dit hoofdstuk meer daarover. Een andere verklaring zou kunnen liggen in het feit dat het jaar liever niet te veel zwaar nieuws brengt. Ook dit zal in een latere paragraaf blijken.

In het vorige hoofdstuk is al gesproken over de thema’s die de jaarboeken zelf hanteren. *Het aanzien van 2004* heeft *economie* als thema, maar in de praktijk blijkt in het jaarboek nauwelijks aandacht voor dit thema te zijn. Ook in *Dit was 2004* is weinig aandacht voor dit thema, maar dit thema is ook niet vooraf ‘opgesteld’. *Het jaar 2004* geeft zelf geen thema’s aan waarop de gebeurtenissen betrekking zouden hebben. Wat opvalt, is dat zij wel een hoog percentage *economie* hebben. De verklaring hiervoor ligt in het feit dat in dit jaarboek veel berichten over ‘werk’ staan, bijvoorbeeld over werkdruk. Toch geeft de uitkomst een enigszins vertekend beeld. Het jaarboek heeft namelijk ook een autobijlage. Net als in de krant heeft het jaarboek veel aandacht voor de nieuwste modellen. Gekozen is om deze uitwerkingen in de categorie *economie* te plaatsen, waardoor dit percentage hoger komt te liggen.

#### 4.2 Soort nieuws

Nu we weten hoe de verhoudingen tussen thema’s in het jaarboek liggen, wordt in de paragraaf gekeken naar de verhoudingen in het jaarboek tussen de verschillende *soorten* nieuws. Zoals gezegd is onderscheid gemaakt tussen hard, zacht, spot en pseudo-nieuws. Uit onderstaande cirkelgrammen is de verhouding binnen het jaarboek af te lezen.





Uit de eerste cirkeldiagram blijkt dat *Het aanzien van 2004* het meeste harde nieuws heeft. Dit komt overeen met de veronderstelling uit paragraaf 4.1. Het feit dat er veel gebeurtenissen in de categorieën politiek, terreur en oorlog en criminaliteit in het jaarboek zijn opgenomen liggen hieraan ten grondslag. De reden dat *Dit was 2004* relatief veel zacht nieuws heeft kan gezocht worden in het feit dat er veel aandacht is voor cultuur en sport. Nieuwsgebeurtenissen in deze categorieën zijn (veelal) zacht. Spot nieuws komt in beide jaarboeken niet voor. De verklaring hiervoor ligt in het feit dat de samensteller de ‘houdbaarheidsdatum’ van het jaarboek een belangrijk aspect vindt. Hij zal dus geen gebeurtenissen selecteren die slechts gedurende een (zeer) korte periode of eenmalig in het nieuws zijn geweest. Pseudo-nieuws krijgt in *Het aanzien van 2004* en *Dit was 2004* ook beperkte aandacht. De enkele onderwerpen in deze categorie zijn gebeurtenissen ‘met een knipoog’. Waarschijnlijk probeert de samensteller op die manier de ‘amusementswaarde’ te verhogen. Of de gebeurtenissen zijn geselecteerd om ‘voor een lichtpuntje te zorgen’, zoals hij eerder aangaf. Zo staat in *Dit was 2004* een artikel over een schaap wat na lange tijd teruggevonden wordt. ‘Toe aan een knipbeurt’, kopt het artikel. De reden dat deze gebeurtenis in het jaarboek is opgenomen ligt in het feit dat het een curieuze foto was. Het beeld staat in dit jaarboek centraal, en deze gebeurtenis leverde een bijzonder beeld op.

*Het jaar 2004* vormt een uitzondering. In dit jaarboek is voor bijna een kwart aandacht voor spot- of pseudo-nieuws. Gebeurtenissen in de categorie human interest zijn vaak spotgebeurtenissen, een vrachtwagen die door een winkelpui rijdt of een jongen die een boerderij in brand heeft gestoken hebben slechts korte tijd aandacht in de media gehad. De reden waarom juist in dit jaarboek veel spotnieuws voorkomt ligt in het feit dat de gebeurtenissen vaak opmerkelijk zijn. Het zijn vaak korte berichten met een wonderlijke foto<sup>100</sup>. Lezers zullen zich dus verbazen, verwonderen of amuseren bij het lezen van het artikel. De herkenbaarheid zal laag zijn, immers de gebeurtenissen hebben weinig aandacht gehad. De samensteller vindt dat het jaarboek ook ‘iets met je moet doen’. Het moet mensen raken. Dat is met deze gebeurtenissen vaak het geval. Hetzelfde geldt voor de pseudo-nieuwsberichten. Een kapsalon waar alle zeven medewerkers tegelijkertijd zwanger zijn is opmerkelijk, maar is het nieuws? De samensteller wil met dergelijke berichten de toon van het jaarboek luchtiger maken. Daarom is er relatief veel aandacht voor pseudo- en spotnieuws, maar zoals uit het cirkeldiagram van het jaarboek blijkt is ook het percentage zacht nieuws hoog. Het percentage hard nieuws is in dit jaarboek het laagst. De samensteller vindt amusementswaarde van het boek belangrijk. Teveel zware onderwerpen zouden dit niet bereiken. Ook gaf de samensteller aan dat hij de ‘mix’ van onderwerpen belangrijk vindt. Dit komt naast de inhoud van de berichten, vooral tot uitdrukking in het soort berichten dat in het jaarboek geplaatst wordt.

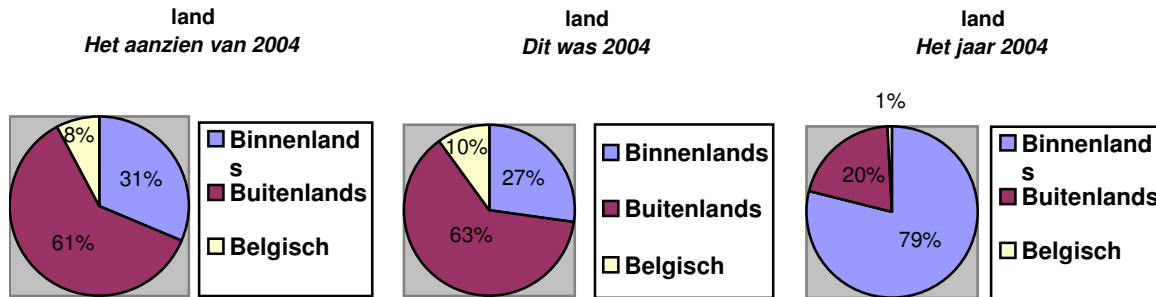
Zoals uit de interviews duidelijk werd zijn er geen vooraf opgestelde verhoudingen tussen hard en zacht nieuws. Toch zijn de uitgangspunten van de selectie hier wel op van invloed.

---

<sup>100</sup> Zie bijvoorbeeld bijlage II –herintredende kabouters-

### 4.3 Binnenlands, buitenlands en Belgisch nieuws

Inmiddels is duidelijk dat *Het aanzien van 2004* en *Dit was 2004* beide ook Vlaanderen als afzetmarkt hebben. Dat dit feit ook resulteert in een andere onderwerpselectie wordt goed duidelijk uit onderstaande diagrammen.



*Het aanzien van 2004* en *dit was 2004* hebben respectievelijk acht en tien procent Belgisch nieuws. In *Het jaar 2004* komt Belgisch nieuws nauwelijks voor. Waarschijnlijk zijn dit alleen nieuwsgebeurtenissen die vanwege andere criteria, zoals de nieuwswaarde voor Nederlanders, in het jaarboek geplaatst zijn. Te denken valt daarbij aan bijvoorbeeld de rechtzaak van Dutroux. Ieder jaarboek schenkt hier aandacht aan. Niet omdat het Belgisch nieuws is, maar omdat het ‘belangrijk’ internationaal nieuws is. Anders is het bij onderwerpen als ‘Anderlecht terug op troon’, ‘Prinses Claire opvallend modieus’ of ‘Flandrien Briek Schotte overlijdt’. Deze nieuwsgebeurtenissen zijn voornamelijk voor de Belgische kopers van het jaarboek interessant. Bij Nederlandse lezers zal de herkenning een stuk minder zijn. Deze onderwerpen zijn dus vanwege de afzetmarkt gekozen.

Wat verder opvalt uit bovenstaande diagrammen is dat de aandacht voor binnenlands nieuws in *Het jaar 2004* vele malen hoger is dan in de andere twee jaarboeken. Bijna tachtig procent van de nieuwsgebeurtenissen heeft betrekking op gebeurtenissen in Nederland of van Nederlandse personen. Dit is een zeer hoog percentage, wat voort komt uit het uitgangspunt dat buitenlands nieuws alleen boven binnenlands nieuws wordt verkozen als het nieuwswaarde ‘in overtreffende trap’ heeft, zo bleek uit de interviews. Binnenlands nieuws heeft de voorkeur en krijgt dan ook voorrang boven buitenlands nieuws. In de andere jaarboeken, met respectievelijk 61 en 63 procent buitenlands nieuws lijkt het tegengestelde het geval te zijn. Buitenlands nieuws krijgt daar meer aandacht.

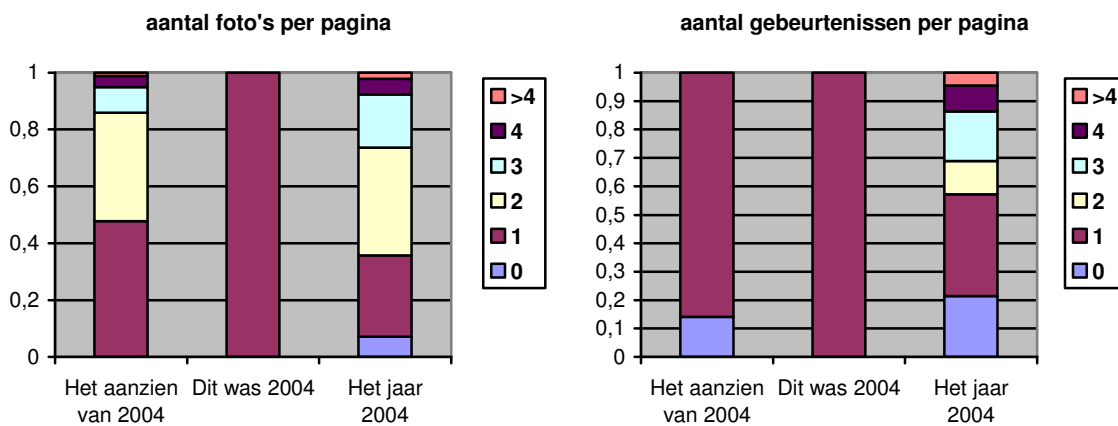
### 4.4 Tekst en fotoverhouding

Bij aanvang van dit onderzoek werd verondersteld dat de foto een belangrijk uitgangspunt zou zijn bij de samenstelling van het jaarboek. Inmiddels is duidelijk dat bij *Het aanzien van 2004* de tekst een steeds belangrijkere plaats inneemt. In deze paragraaf wordt gekeken naar de verhouding tussen tekst en foto. Allereerst zal dit per pagina worden uitgewerkt. Hieruit zal blijken hoe de indeling per pagina is, oftewel

hoeveel ruimte is er per pagina voor de foto en hoeveel voor de tekst. Vervolgens wordt gekeken naar de uitwerking per gebeurtenis. Krijgen bepaalde onderwerpen meer fotoaandacht of meer tekstruimte. Bijvoorbeeld, omdat door middel van de foto's een verhaal verteld wordt, of omdat de nieuwsgebeurtenis complex is, en dus meer uitleg behoeft.

#### 4.4.1 Verdeling per pagina

De verdeling van de tekst en de foto op de pagina, zegt iets over de tekst/foto verhouding in het boek. Allereerst de verhouding tussen het aantal gebeurtenissen en het aantal foto's per pagina. Het aantal gebeurtenissen is.



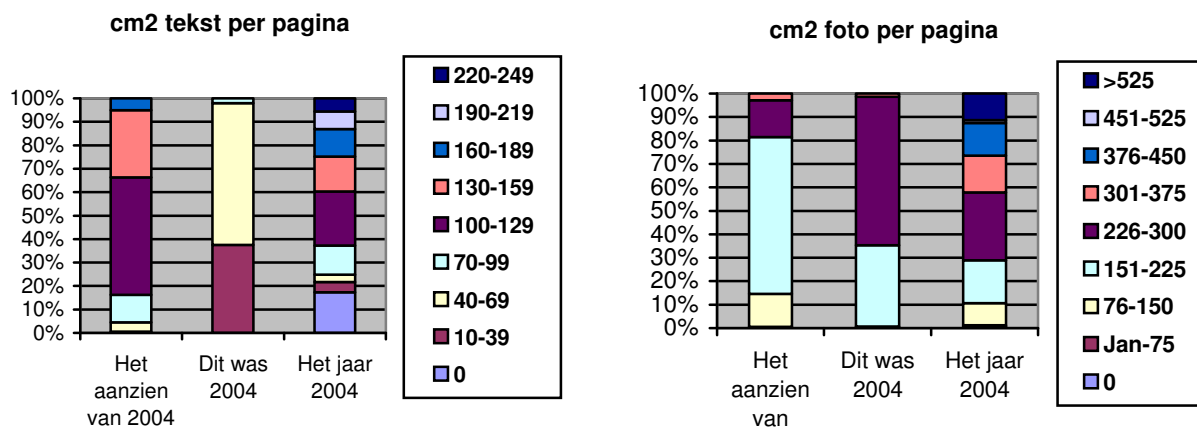
Aangezien *Dit was 2004* per pagina altijd één nieuwsgebeurtenis heeft met daarbij een grote foto, bestaat de diagram slechts uit één waarde, namelijk '1'. De andere jaarboeken zijn interessanter om naar te kijken. Allereerst *Het aanzien van 2004*. Wat opvalt, is dat de meeste pagina's één of twee foto's bevatten. Een pagina bestaat nooit uit alleen maar tekst. Het omgekeerde is eenmaal het geval. Bij de uitwerking van de Olympische Spelen is (van de vier pagina's) één pagina volledig gevuld met foto's. In hoofdstuk 5 wordt verder ingegaan op de uitwerking van de Olympische Spelen. Op een pagina in *Het aanzien van 2004* staat minimaal één en maximaal zes foto's. Het aantal gebeurtenissen per pagina is bij *Het aanzien van 2004* nul of één. Een verklaring hiervoor ligt in het feit dat sommige gebeurtenissen een uitwerking hebben van meer dan één pagina. Vanzelfsprekend heeft de volgende pagina dan geen (nieuwe) gebeurtenis. Met betrekking tot het aantal foto's per pagina is het jaarboek van *De Telegraaf* het meest afwijkend. Wanneer we hier het getal '0' lezen, betekent dit dat de foto op de pagina ervoor zo groot is, dat hij ook nog de volgende pagina gedeeltelijk in beslag neemt. Deze pagina heeft dan dus geen nieuwe foto, omdat anders het totaal aantal foto's niet overeenkomt met het daadwerkelijke aantal in het boek. Dergelijk grote foto's komen voor bij elk begin van de maand. De ene pagina heeft dan dus geen foto, de andere pagina heeft dan geen gebeurtenis. De foto is zo

groot dat hij de hele pagina vult, ernaast staat de tekst, wat ongeveer de helft van de tweede pagina in beslag neemt.<sup>101</sup>

### De vierkante centimeters per pagina

We weten nu hoeveel gebeurtenissen en hoeveel foto's op een pagina staan. Op zichzelf zeggen deze getallen nog weinig over de foto/ tekst verhouding in het boek. Daarom kijken we nu naar het aantal vierkante centimeters tekst en foto per pagina.

Als het aantal vierkante centimeters tekst per pagina weinig verschilt, zoals bij *Dit was 2004*, kun je er ook vanuit gaan dat de foto weinig verschilt. Immers, als de tekst op elke pagina ongeveer evenveel ruimte in beslag neemt, blijft er ook op elke pagina ongeveer evenveel ruimte voor de foto over. Uit onderstaande grafieken blijkt dit verband (tussen de vierkante centimeters van de tekst en vierkante centimeters van de foto.) De variabelen van de vierkante centimeters zijn gegroepeerd. Deze groepen zijn niet dezelfde voor foto of tekst. Er is gekozen voor een zelfde aantal (namelijk negen) groepen. Aangezien de spreiding bij de foto groter is, is de hoogste gegroepeerde variabele hier meer dan twee keer zo groot.



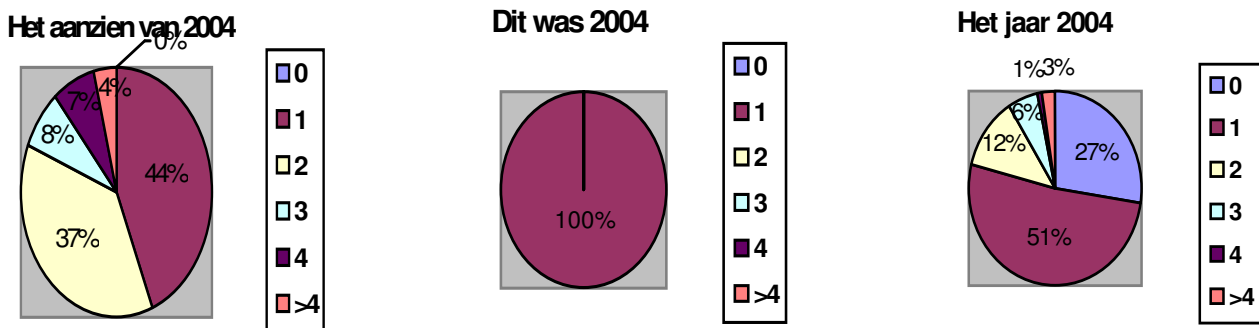
We zien dat het aantal vierkante centimeters per pagina van tekst en foto per jaarboek nogal verschilt. Bij *Dit was 2004* is de foto/tekst verhouding per pagina ongeveer gelijk. Daarom is uit het diagram slecht een aantal waarden af te lezen. De tekst heeft aanzienlijk minder vierkante centimeters dan de foto. De waarden die het meeste voorkomen zijn die van de laagste groepen, waarvan 40-69 het meeste voor komt. Bij de foto komt de waarde 226-300 het meeste voor. Bij *Het aanzien van 2004* zien we dat er al meer waarden af te lezen zijn. Wel is er zowel bij de oppervlakte van de tekst als van de foto één waarde die duidelijk het meeste voor komt. Namelijk de gegroepeerde variabele 100-129 bij de tekst en 151-225 bij de foto. Bij *Het jaar 2004* is de meeste variatie in de vierkante centimeters. Vrijwel alle gegroepeerde variabelen voor de tekst komen voor in het jaarboek. Ook hier komt 100-129 het vaakst voor, maar de verschillen tussen de andere groepen

<sup>101</sup> Voor precieze waarden zie bijlage III, dataverzameling

zijn veel minder groot. Ook bij de vierkante centimeters van de foto op de pagina zien we de meeste variatie bij dit jaarboek. Een foto in de groep >525 bestrekt de gehele pagina in het jaarboek. We zien dat dit relatief veel voorkomt in het jaarboek. Het aantal vierkante centimeters foto is een stuk groter dan in *Het aanzien van 2004*. *Het aanzien van 2004* heeft dan ook de meeste tekst per pagina. De andere twee jaarboeken hebben meer foto-aandacht. Dit is bij *Het jaar 2004* het meest variabel. We zien bij dit jaarboek ook als enige 0 vierkante centimeter tekst per pagina. De foto beslaat dan de volledige pagina.

#### 4.4.2 Verdeling per gebeurtenis.

Nu we hebben gezien hoe de verdeling in het boek is per pagina, weten we hoe de tekst-foto verhouding in het boek is. In deze paragraaf is de verdeling van tekst en foto per gebeurtenis uitgewerkt. Onderstaande cirkeldiagrammen geven aan hoeveel foto's per gebeurtenis in het jaarboek staan. Dit is per jaarboek uitgewerkt.



Uit de diagrammen blijkt dat alledrie de jaarboeken in de meeste gevallen één foto bij een gebeurtenis plaatsen. In *Dit was 2004* is dit zelfs bij alle gebeurtenissen het geval.<sup>102</sup> *Het aanzien van 2004* kent verder ook een groot percentage gebeurtenissen waarbij twee foto's zijn geplaatst. Het komt niet voor dat er geen foto bij een gebeurtenis is geplaatst. Dit is wel het geval bij *Het jaar 2004*. Zoals gezegd komt de lay out overeen met die van de krant. Zij werken dus ook met kolommen. Het komt voor dat gebeurtenissen wel tekstuele aandacht krijgen, maar dat daarbij geen foto wordt geplaatst. Van de nieuwsgebeurtenissen die in het jaarboek zijn geplaatst is dit bij 27 procent het geval. Het grootste deel van de gebeurtenissen krijgt echter ook in dit jaarboek fotoaandacht.

Interessant is het om te kijken naar de fotoaandacht *per onderwerp*. Worden er bijvoorbeeld bij zware, en wellicht daardoor complexe, onderwerpen meer foto's geplaatst om op die manier een verhaal te vertellen? Onderstaande tabellen geven de fotoverdeling in het jaarboek aan per onderwerp. Aangezien in *Dit was 2004*

<sup>102</sup> NB Ook in de extra informatie kan een foto zijn opgenomen. Zie voor een uitwerking hiervan paragraaf 4.5

altijd één foto per gebeurtenis is geplaatst is hiervan geen tabel gemaakt. In dit jaarboek is de fotoverdeling dus niet onderwerpfhankelijk.

### Het aanzien van 2004

	1	2	3	4	>4	totaal
Politiek	24	16	3	4	1	48
Oorlog en terreur	5	4	4	1	2	16
Muziek	3	1	0	1	0	5
Cultuur	8	6	0	1	0	15
Economie	1	1	0	0	0	2
Wetenschap en techniek	2	5	1	0	0	8
Koninklijk Huis	3	3	0	2	0	8
Sport	4	7	0	1	2	14
Criminaliteit	5	8	1	1	0	15
Rampen en epidemieën	3	5	3	0	1	12
Rages	2	0	0	0	0	2
Weer	0	0	0	0	0	0
Human interest	1	0	0	0	0	1
Zorg	1	0	0	0	0	1
Dieren	0	0	0	0	0	0
Overig	5	1	0	0	0	6
Totaal	67	57	12	11	6	153

### Het jaar 2004

	0	1	2	3	4	>4	totaal
Politiek	6	27	3	1	0	0	37
Oorlog en terreur	1	1	6	0	2	0	10
Muziek	0	5	1	0	0	0	6
Cultuur	2	12	2	0	0	0	16
Economie	11	6	0	0	0	1	18
Wetenschap en techniek	0	2	1	0	0	0	3
Koninklijk Huis	1	8	3	2	0	1	15
Sport	4	26	10	12	0	5	57
Criminaliteit	17	14	4	0	0	0	35
Rampen en epidemieën	3	4	2	0	0	0	9
Rages	0	2	0	0	0	0	2
Weer	1	2	0	0	0	0	3
Human interest	11	15	1	0	0	0	27
Zorg	10	4	0	0	0	0	14
Dieren	0	5	0	0	0	0	5
Overig	7	6	0	0	0	0	13
Totaal	74	139	33	15	2	7	270

Wanneer we kijken naar de categorieën waar gebeurtenissen vier of meer foto's hebben valt wel op dat 'politiek', 'oorlog en terreur' en 'rampen en epidemieën' ruim vertegenwoordigd zijn. Sterker nog, wanneer we kijken naar de categorieën met gebeurtenissen van meer dan vier foto's zijn dit de enige categorieën, naast sport. Een verklaring hiervoor ligt in het feit dat er meer gebeurtenissen die in deze categorieën vallen in het jaarboek voor komen. Wanneer we kijken naar het aantal foto's kunnen we dus niet de conclusie trekken. Ook hieruit kan dus niet de conclusie getrokken worden dat zwaardere onderwerpen meer aandacht krijgen. Echter, wanneer we kijken naar de percentuele verdeling binnen het onderwerp valt het volgende op. Wanneer we kijken naar zowel '4 foto's' als 'meer dan 4 foto's', liggen de percentages het hoogst in de categorieën 'politiek' (10 procent), 'oorlog en terreur' (21 procent), muziek (20 procent) en sport (21 procent)

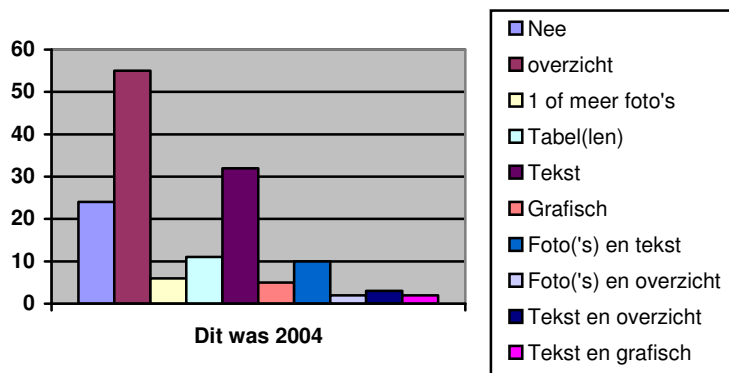
Bij *Het aanzien van 2004* is bij politieke gebeurtenissen in de helft van de gevallen één foto geplaatst. Tien procent van de gebeurtenissen heeft 4 of meer foto's. Bij gebeurtenissen in de categorie oorlog en terreur is de verdeling van het aantal foto's bij de gebeurtenissen divers. Het percentage per aantal foto's ligt min of meer gelijk. Toch is er verhoudingsgewijs een groot percentage met 4 of meer foto's, namelijk 19 procent. Bij 'criminaliteit' heeft het grootste deel (87%) één of twee foto's. Het lijkt erop dat er geen verband is tussen zware onderwerpen en het aantal foto's.

Wanneer we kijken naar de onderwerpen die verhoudingsgewijs wel veel fotoaandacht krijgen, kunnen we tot de volgende conclusie komen. In de categorieën 'sport' en 'oorlog en terreur' ligt het percentage meer dan vier foto's hoog. Deze waarde om deze onderwerpen te visualiseren is dus hoog.

Bij *Het jaar 2004* zien we het meeste aantal foto's per gebeurtenis bij de categorie sport, oorlog en terreur en Koninklijk Huis. In deze categorieën komen gebeurtenissen voor met 4 of meer foto's. In het jaarboek krijgt sport krijgt over het algemeen de meeste fotoaandacht. Economie, zorg en criminaliteit hebben vaak geen foto. Blijkbaar zijn deze gebeurtenissen minder eenvoudig te visualiseren.. Bij politieke gebeurtenissen is vaak één foto geplaatst, terwijl bij oorlog en terreur vaker twee foto's zijn geplaatst. Kennelijk is de behoefte om gebeurtenissen in deze categorie te visualiseren groter.

*Het jaar 2004* heeft verhoudingsgewijs minder foto's per gebeurtenis. Dit komt omdat er meerdere gebeurtenissen op een pagina worden besproken. Daardoor heeft het jaarboek wel veel foto's per pagina, maar niet per gebeurtenis.

### 4.5 Extra informatie



Niet alleen de tekst of de foto kan informatie geven bij een gebeurtenis. Ook bijvoorbeeld tabellen, grafieken en andere overzichten kunnen een bijdrage leveren. In het jaarboek *Dit was 2004* is op veel pagina's, naast de tekst en de foto van het artikel, ook extra informatie gegeven. De geschreven extra informatie is te herkennen aan de tekstkleur. Die is blauw,

terwijl de tekst van het artikel zwart is. Uit de grafiek hiernaast blijkt dat van de 155 gebeurtenissen in het jaarboek, er bij 24 geen extra informatie wordt gegeven. Bij alle andere gebeurtenissen is dit wel het geval. Wanneer extra informatie wordt gegeven is een overzicht de meest gebruikte vorm. Vaak is dit een chronologisch overzicht, waarin ontwikkelingen rondom of gebeurtenissen voorafgaand aan de beschreven gebeurtenis worden vermeld. Ook worden vergelijkingen gemaakt met andere gebeurtenissen. Bijvoorbeeld op pagina 68. Hier staat een gebeurtenis met de kop 'Dodelijke gasexplosie op bedrijventerrein'. In de tekst van het artikel wordt vermeld dat het om een fatale gasexplosie in het Belgische Ghislenghien gaat. De extra informatie op deze pagina bestaat uit een overzicht van eerdere gasexplosies in België (tussen 1967 en 2002). Hier wordt in de tekst van het artikel overigens niet naar verwezen. De extra informatie vormt dus een 'los' element op de pagina. In de grafiek zien we dat de extra informatie ook vaak uit 'Tekst' bestaat. Dit kunnen citaten zijn, maar ook songteksten<sup>103</sup>, extra informatie rondom de persoon, de gebeurtenis of begrippen die van toepassing zijn op de gebeurtenis.<sup>104</sup> Ook extra foto's komen in het jaarboek voor. Dit zijn vaak geen foto's die betrekking hebben op de nieuwsgebeurtenis, maar geven extra informatie. Bijvoorbeeld een foto van de poster van een toneelstuk of van de cd-cover van Idols-winnaar Boris. In de categorie cultuur en muziek komt deze vorm van extra informatie verhoudingsgewijs veel voor. Bij gebeurtenissen in de categorie politiek of oorlog en terreur wordt dit niet gebruikt. De gebruikte foto's zijn ook geen persfoto's. In de grafiek is ook de categorie 'tekst en foto' opgenomen. De tekst heeft dan vaak betrekking op de geplaatste foto in de extra informatie. Hoewel in mindere mate toegepast komen ook grafische voorstellingen in de extra informatie voor. Dit zijn bijvoorbeeld landkaarten<sup>105</sup> of dwarsdoorsneden.<sup>106</sup>

<sup>103</sup> *Dit was 2004*, 93. 'Massale rouw voor volkszanger', Artikel met betrekking tot het overlijden van zanger André Hazes. De extra informatie is de songtekst van zijn nummer 'zij gelooft in mij'. Hier wordt in de tekst naar verwezen.

<sup>104</sup> *Dit was 2004*, 87 'Beckham als slapend kunstwerk'. Artikel met betrekking tot een kunstwerk over de, vanwege affaires in opspraak geraakte, voetballer David Beckham. In de extra informatie wordt het begrip 'metroseksueel' toegelicht. Dit begrip komt niet in het artikel voor, maar zou van toepassing zijn op Beckham. Metroseksuele mannen zijn mannen die naast hun mannelijke kant ook vrouwelijkheid tonen, zo valt uit de extra informatie op te maken.

<sup>105</sup> *Dit was 2004*, waar komt de sprinkhanenplaag voor, 64

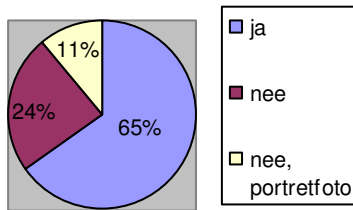
<sup>106</sup> *Dit was 2004*, hoogste brug ter wereld, 150



## Onderschrift

Ook een onderschrift bij de foto geeft extra informatie. Er zijn vier soorten onderschriften: beschrijvende, identificerende, aanvullende en incongruente. Beschrijvende onderschriften brengen onder woorden wat zichtbaar is op de foto, identificerende onderschriften stellen de identiteit van de op het beeld voorkomende personen, objecten of plaatsen vast. Aanvullende onderschriften geven aanvullende informatie. Bijvoorbeeld voor- of nageschiedenis, of informatie dat niet zichtbaar is. En tot slot incongruente onderschriften. Hierbij is

ondertitel Het jaar 2004



de foto aanleiding om een heel ander onderwerp aan te snijden, of informatie te geven over iets dat tegengesteld is aan datgene wat op het beeld te zien is.<sup>107</sup> In dit onderzoek zijn de onderschriften niet als zodanig bestudeerd. De tekst is ook niet op die wijze bestudeerd. Er is alleen gekeken naar het feit of er wel of niet een onderschrift bij de foto is. Hieruit kan afgeleid worden dat er naast het artikel ook extra informatie in de ondertitel kan staan.<sup>108</sup> Alleen het jaarboek van *De*

*Telegraaf* heeft bij sommige foto's een onderschrift. Een verklaring hiervoor ligt in het feit de het jaarboek de lay-out van de krant ook toepast op het jaarboek. In kranten hebben foto's vaak onderschriften. In de figuur hierboven is zichtbaar hoe de verdeling bij de foto's in het jaarboek is.

Het grootste deel van de foto's in het jaarboek heeft een onderschrift. Bij een kwart van de foto's is geen onderschrift gebruikt. Elf procent van de foto's heeft geen onderschrift, omdat het een portretfoto is. Er staat dan onder de foto wel (vaak) vermeld om wie het gaat. We zien bijvoorbeeld een (pas)foto van de vermoorde leraar van het Terra College Hans van Wieren. Het onderschrift luidt dan *Hans van Wieren*.<sup>109</sup> Naast de tekst van het artikel, wordt er dus ook extra informatie in de ondertitels gegeven.

## 4.6 De teneur

Zoals gezegd is getracht enkele gegevens kwantificeerbaar te maken. Foto-onderzoek blijft subjectief, immers iedereen kan een beeld anders interpreteren en beoordelen. Hoewel subjectiviteit dus niet uit te sluiten is, is aan de hand van het benoemen van de teneur gekeken naar de manier waarop gebeurtenissen benaderd worden.<sup>110</sup> In hoofdstuk 2 is een omschrijving gegeven van de manier waarop de teneur beoordeeld is, en hoe de teneur in combinatie berekend wordt.

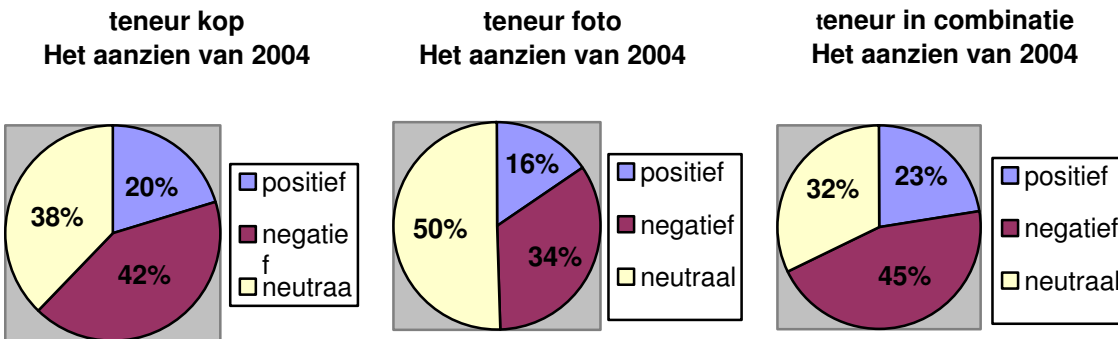
<sup>107</sup> T.Luijendijk, "Kijk die foto", 45

<sup>108</sup> NB Alleen de tekst van het artikel is bij de berekening van de vierkante centimeters meegenomen. De oppervlakte van de onderschriften is buiten beschouwing gelaten.

<sup>109</sup> Het jaar 2004, 'Leerling vermoordt leraar op Haags Terra College, 17

<sup>110</sup> Zie voor de uitgangspunten bij het benoemen van de teneur de desbetreffende paragraaf in hoofdstuk 2.

Bij de teneur in combinatie moet het volgende in ogenschouw worden genomen. *Het aanzien van 2004* en *Het jaar 2004* hebben beiden soms meerdere foto's bij een artikel geplaatst. Er is dan dus maar één kop. De teneur in combinatie is berekend *per foto*.

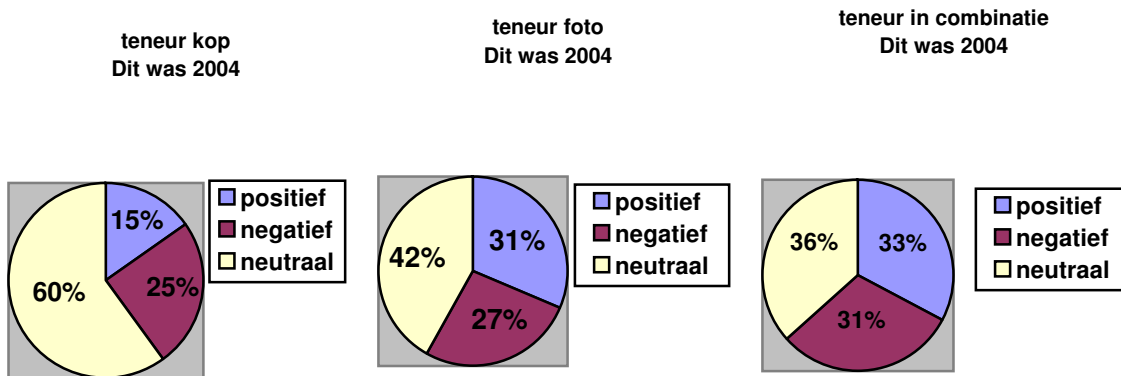


Bij *Het aanzien van 2004* zien we dat een negatieve teneur van de koppen het meeste voorkomt. Overigens is het percentuele verschil met een neutrale teneur klein. Een positieve teneur komt in het jaarboek het minste voor. De verklaring hiervoor ligt waarschijnlijk in het feit dat het jaarboek veel hard nieuws plaatst (zie eerder dit hoofdstuk). Daardoor zijn de onderwerpen vaak ‘negatief’, wat van invloed kan zijn op de teneur van de tekst. Hoewel het niet zozeer gaat om de inhoud van de gebeurtenissen (‘is het positief of negatief nieuws?’) ligt een negatieve teneur bij ‘negatieve berichten’ vaak voor de hand. Bijvoorbeeld bij de aanslagen in Madrid op 11 maart 2004. Op pagina 42 wordt hier in het jaarboek over bericht. De kop luidt: ‘Bloedige aanslagen in Madrid. Moslimterroristen verantwoordelijk.’ Door het woord ‘bloedige’ is de teneur negatief, in plaats van neutraal. Hetzelfde zien we op pagina 155 in het jaarboek. De kop luidt: ‘Tachtig doden door politiegeweld. Moslimdemonstranten *als beesten behandeld*.’ Hieruit wordt ook de visie van de samensteller op de gebeurtenis duidelijk. Deze omschrijving zorgt voor een negatieve teneur.

Bij de teneur van de foto ligt de verhouding iets anders. Er is vaker gekozen voor een foto met een neutrale teneur. Dit is bij exact de helft van de foto's het geval. De samensteller kan bij een negatieve teneur van de kop proberen met een neutrale foto het effect iets ‘af te zwakken’. Wanneer je èn een negatieve tekst èn een negatieve foto plaats kan een en ander toch erg heftig zijn. Wellicht speelt dit een rol bij de keuze van de foto (en tekst). Een negatieve teneur bij de foto's komt in meer dan eenderde van de foto's voor. Slechts bij zestien procent van de foto's is de teneur positief.

Wanneer we kijken naar de combinatie van de teneur van de kop en van de foto valt op dat we hier het hoogste percentage ‘negatief’ hebben, namelijk 45 procent. Bij de tekst was dit 42 procent en bij de foto 34 procent. Het percentage bij de teneur in combinatie is anders, wanneer de teneur van de kop en de teneur van de foto niet overeenkomen. Bij de teneur van de foto's werd dit ook verondersteld. Een negatieve tekst met een neutrale foto geeft een negatieve combinatie. Toch zal dit niet vaak voorkomen, want het percentage

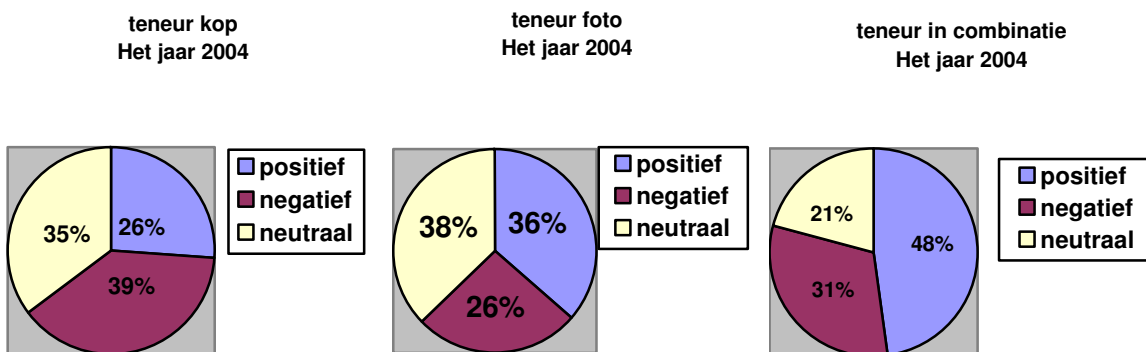
‘negatieve combinatie’ ligt nog redelijk dicht bij de ‘negatieve teneur kop’ en ‘negatieve teneur foto’. Wanneer dit in veel gevallen verschillend zou zijn zou het percentage ‘in combinatie’ hoger moeten zijn.



Bij *Dit was 2004* zien we dat de teneur van de kop overwegend neutraal is. Bij meer dan zestig procent van de koppen is dit het geval. Hiermee verschilt de teneur van de kop met die van *Het aanzien van 2004*, wat zoals we zagen het grootste percentage negatieve teneur had. *Dit was 2004* neemt is dus neutraler in de koppen. Je zou hieruit kunnen concluderen dat de samensteller geen standpunt heeft willen innemen bij de formulering van de koppen.

Ook bij de foto's heeft een neutrale teneur het hoogste percentage, hoewel de percentages niet ver uiteenlopen. Overigens is de categorie positieve teneur van de foto ook relatief hoog. Bijna eenderde van de foto's heeft een positieve teneur.

Wanneer we kijken naar de teneur in combinatie valt op dat de categorieën zeer evenredig verdeeld zijn. Hieruit blijkt dat geen enkele teneur overwegend in het jaarboek aanwezig is. Wanneer je het boek dus door zou nemen is er geen overheersende teneur. Of hier bewust voor gekozen is kunnen we uit deze gegevens niet afleiden. Wellicht wil de samensteller een veelzijdig beeld van het jaar vastleggen.



Bij *Het jaar 2004* is de teneur van de kop evenredig verdeeld. Hoewel er wel verschillen in de percentages zijn, liggen de categorieën dicht bij elkaar. Een negatieve teneur komt het meeste voor. Bij de foto's liggen de

percentages is verder uit elkaar. Negatieve teneur van de foto komt het minste voor. Een neutrale teneur komt bijna evenveel voor als een positieve teneur van de foto.

Het meest opvallend zijn echter de resultaten voor de teneur in combinatie. Hier zien we dat bijna de helft van de gebeurtenissen met zowel tekst als foto een positieve teneur heeft. Een verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat de samensteller bij een bijvoorbeeld bij een neutrale teneur van de kop een positieve foto plaats. Echter, zoals in het begin van deze paragraaf al werd geschreven, hebben niet alle gebeurtenissen in dit jaarboek ook een foto. Het zou dus kunnen dat vooral positieve gebeurtenissen ook fotoaandacht krijgen.

Samenvattend kan gezegd worden dat de meest voor komende teneur in *Het aanzien van 2004* negatief is. Bij *Dit was 2004* is de verhouding tussen de categorieën vrijwel gelijk en bij *Het jaar 2004* is de teneur overwegend positief.

### 4.7 Herkomst foto: fotograaf of fotopersbureau?

In dit onderzoek is ook de herkomst van de foto's bekeken. Getracht is op die manier te achterhalen of het jaarboek gebruik maakt van eigen fotografen of fotopersbureaus. Uit de resultaten blijkt dat *Het aanzien van 2004* en *Dit was 2004* voornamelijk gebruik maken van persbureaus. Een enkele keer komt de naam van een fotograaf voor (en ook die van Van Bree.)

Bij het jaarboek van *De Telegraaf* is het minder eenvoudig aan te geven wat de herkomst van de foto is. Uit de dataverzameling blijkt dat er zeer veel verschillende namen voorkomen, naast de persbureaus. Het is niet duidelijk of dit de namen van fotografen in dienst van *De Telegraaf* zijn, of freelancers. Ook kunnen het fotografen zijn die bij persbureaus werken. Zie voor de uitwerking van de herkomst van de foto in tabellen en diagrammen bijlage IV.

### 4.8 De inhoud van de foto's

In de onderstaande deelparagrafen zal gekeken worden naar de inhoud van de foto's.

#### 4.8.1 Kleur of zwart-wit

In de gegevensverzameling is geïventariseerd of de foto's in kleur of zwart-wit zijn afgedrukt. Onder zwart-wit foto's vallen de foto's in grijstinten en in sepiatinten. Dit zijn namelijk ook 'oude' foto's. Waarschijnlijk is de foto technisch verwerkt, waardoor de foto in sepiatinten is afgedrukt.

In de boeken staan nauwelijks zwart-wit foto's. Bij *Het aanzien van 2004* zijn slechts drie van de 306 foto's zwart wit, in *Dit was 2004* zijn het er drie van de 150 en *Het jaar 2004* zijn elf van de 298 foto's zwart-wit.<sup>111</sup>

Bij *Dit was 2004* zijn alle zwart-wit foto's beelden uit het verleden. Ze behoren bij artikelen over het overlijden van Fanny Blankers Koen, Briek Schotte en Marlon Brando. De samensteller heeft voor deze beelden gekozen, omdat ze de hoogtijdagen van de overledene symboliseren. Immers, de beelden van

---

<sup>111</sup> In de telegraaf staan 389 artikelen, 91 daarvan hebben geen foto, dus 298 hebben wel een foto.

Blankers Koen die de finish passeert bij de Olympische Spelen hebben haar legendarisch gemaakt. Op recente foto's zullen veel mensen haar misschien niet herkennen.

Bij *Het aanzien van 2004* en *Het jaar 2004* zijn de foto's ook op recente gebeurtenissen van toepassing. Zo zijn bij het artikel over mishandelde gevangenen in een Iraakse gevangenis in *Het aanzien van 2004* twee zwart-wit foto's geplaatst. In *Het jaar 2004* zijn bij het artikel over een vermist echtpaar dat na twee jaar dood terug is gevonden op een kinderboerderij, twee zwart wit portretfoto's geplaatst. Het is onduidelijk of dit recente of oudere pasfoto's zijn. Deze foto's hebben een identificerende functie: we weten nu hoe de slachtoffers eruit hebben gezien. Ook zijn er zwart-wit foto's geplaatst bij de artikelen over het overlijden van prinses Juliana en prins Bernhard. O

Overigens is in *Het aanzien van 2004* ook bij het artikel over het overlijden van Blankers-Koen is een zwart-wit foto gebruikt. Dit is dezelfde foto als die in *Dit was 2004*. Ook in *Het jaar 2004* zijn zwart-wit foto's gedrukt uit 'het verleden', zoals Juliana op jongere leeftijd.

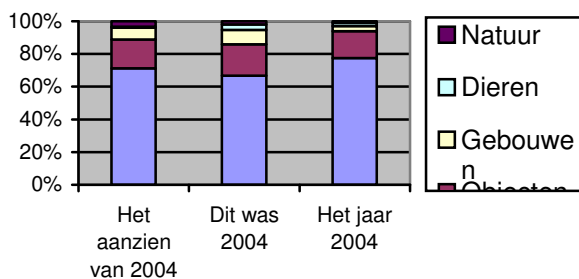
#### 4.8.2 Wat geeft de foto betekenis?

Teneinde de inhoud van de foto's kwantificeerbaar te maken is gekeken naar het afgebeelde dat de foto betekenis geeft. Uitgangspunt bij de beoordeling hiervan is de fotografische boodschap. Wat wil de samensteller van het overzicht (of al eerder: de fotograaf) overbrengen door de keuze van deze foto. Dit is niet altijd even eenvoudig te beoordelen, en blijft een subjectief proces. Iedereen kan een beeld immers anders beoordelen.

In de praktijk houdt dit in dat er op de foto dieren of gebouwen kunnen staan, maar de foto dan toch beoordeeld wordt in de categorie 'mensen'. Ook kan het voorkomen dat er wel een beweging wordt gesuggereerd, maar deze toch niet als zodanig wordt beoordeeld. Wanneer bijvoorbeeld de familieleden van André Hazes met zijn grafkist door de Arena lopen zijn het de kist en het stadion die de foto betekenis geven, en niet de beweging. Bij een foto van wielrenster Leontien van Moorsel op weg naar haar gouden medaille in Athene is het juist de beweging welke van belang is voor de inhoud van de foto (en bijvoorbeeld niet het

juichende publiek op de achtergrond). De categorie 'mensen' komt in alledrie de jaarboek het meeste voor, zoals uit de figuur hieronder blijkt. Op zich is dit een voor de hand liggend resultaat. De gebeurtenissen gaan vaak over mensen of hebben betrekking op mensen. Wanneer het bijvoorbeeld gaat om de samenstelling van een nieuwe Europese commissie, is gekozen voor een foto waarop de commissieleden zichtbaar zijn. Samenstellers kunnen hier vaak niet om heen, en de keuze is veelal voor de hand

Centraal op foto

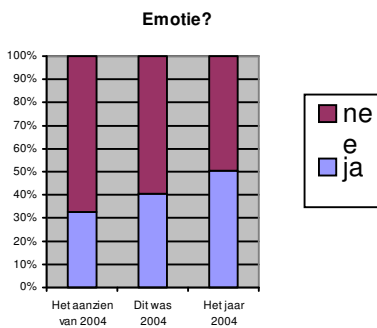


liggend. Echter, de resultaten zeggen niets over de functie van de foto. Een samensteller kan diverse beweegredenen hebben om de foto te plaatsen. Die redenen worden met deze gegevens niet duidelijk.

*Het jaar 2004* heeft relatief de meeste foto's waarop mensen betekenis aan de foto geven. Dit hoge percentage is mede te verklaren, vanwege het feit dat dit jaarboek ook veel portretfoto's plaatst. De samensteller slaagt in zijn doel. Hij heeft als argument dat 'mensen willen zien om wie het gaat'. Dit zien we bijvoorbeeld bij een artikel over 'klusser Nico'. Hierbij is een portretfoto geplaatst, zodat het meteen zichtbaar is waar het artikel over gaat.

### 4.8.3 Emotie

Aangezien *Het jaar 2004* als ondertitel *emotie in nieuws en sport* heeft is ook de variabele 'emotie' in de



dataverzameling opgenomen. Getracht wordt aan te tonen of deze ondertitel resulteert in een meer emotionele beelden.<sup>112</sup> Zoals uit de

grafiek zichtbaar wordt, verschilt het percentage 'emotionele foto's' met die in de andere twee jaarboeken. Inderdaad is het percentage in *Het jaar 2004* het hoogst. Maar liefst de helft van de foto bevat emotie. Het beste wordt dit duidelijk bij de keuze van sportfoto's. Hier heeft de keuze op een 'emotionele foto' voorrang op 'actiefoto's, zo lijkt het.

Bijvoorbeeld bij sporters die gewonnen hebben worden in *Het jaar 2004* foto's gekozen waarop zij zichtbaar zijn op het moment dat zij winnen, of bij de prijsuitreiking. *Het aanzien van 2004* kiest juist vaker voor 'actie-foto's'. Meer daarover in hoofdstuk 5. Bij *Dit was 2004* ligt het percentage foto's die emotie bevatten op veertig procent en bij *Het aanzien van 2004* is dit dertig procent. Dit komt overeen met de opvatting van de samensteller van *Het aanzien van 2004*. Hij wil graag dat de foto's een verhaal vertellen. In tegenstelling tot *Het jaar 2004* treft je in *Het aanzien van 2004* dus geen foto's met close-up van gezichten aan. Juist deze foto's zijn kenmerkend voor *Het jaar 2004*.

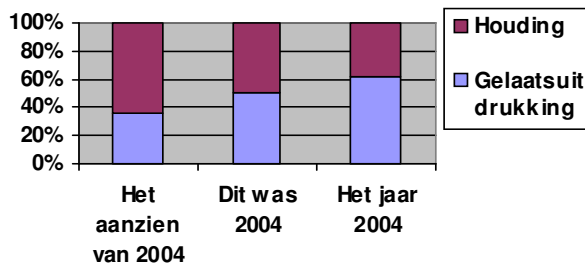
Van de foto's waarvan geconstateerd is dat zij emotie bevatten is bekeken op welke wijze dit tot uitdrukking komt. Er is hierbij onderscheidt gemaakt tussen houding en gelaatsuitdrukking. Soms is dit niet even gemakkelijk te beoordelen. Bijvoorbeeld een atleet die lachend, en met de armen omhoog de finish over komt. Er is in dit geval gekozen voor houding, aangezien het gooien van de handen in de lucht hét teken van overwinning is. In onderstaande tabel komt naar voren hoe de verhouding tussen de twee categorieën en tussen de jaarboeken is.

---

<sup>112</sup> Er is dus niet gekeken naar de 'emotionele factor' in de onderwerpkeuze.

Van de emotie foto's van *Het aanzien van 2004* heeft zestig procent emotie vanwege de houding van de afgebeelde personen. In veertig procent van de gevallen wordt de foto als zodanig beoordeeld, vanwege de

Emotie door gelaatsuitdrukking of houding?

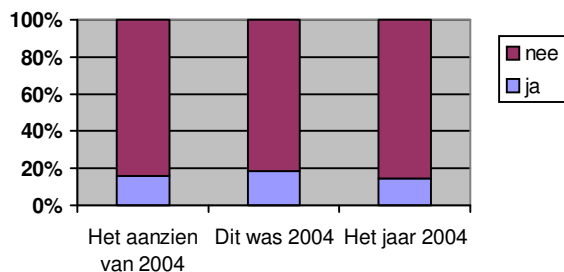


gelaatsuitdrukking van de afgebeelde personen. Bij Het jaar 2004 liggen de percentages precies omgekeerd. Daar wordt eerder gekozen voor een foto met emotie vanwege de gelaatsuitdrukking. Deze uitkomst ligt voor de hand, omdat dit jaarboek vaak foto's plaatst met enkel gezichten. Bij *Dit was 2004* is even vaak een foto in de categorie emotie beoordeeld vanwege de houding of de gelaatsuitdrukking.

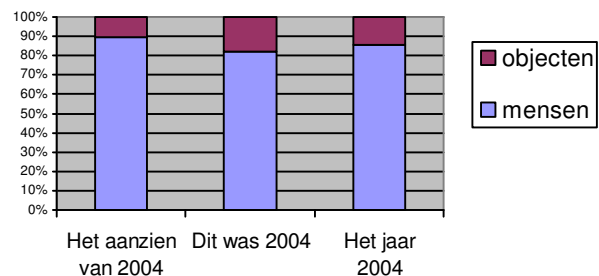
#### 4.8.4 Beweging

Het percentage foto's dat betekenis krijgt door beweging is in alledrie de jaarboeken gelijk, zo blijkt uit onderstaande tabel. Erg veel foto's met beweging zijn er niet, tussen de 15 en 20 procent. De foto's kunnen beweging bevatten van mensen, zoals sporters, of objecten, bijvoorbeeld auto's of vliegtuigen. Dat zien we in de grafiek ernaast. Ook hier valt weer op dat de verschillen tussen de jaarboeken in percentage niet veel uiteenlopen. In alledrie de jaarboeken zien we bij de foto's met beweging, dat er vooral 'bewegende' mensen op de foto te zien zijn, en in veel mindere mate foto's van bewegende objecten.

Beweging?



Mensen of objecten?

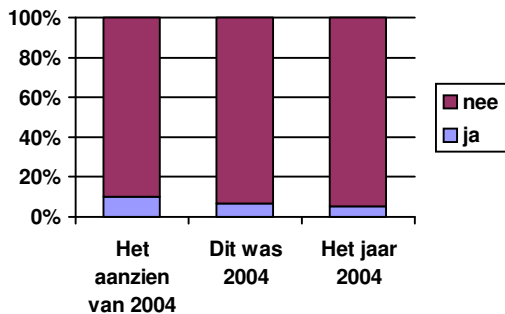


Wat deze gegevens echter niet aantonen, is het *soort* foto's wat beweging bevat. Foto's die in deze categorie terecht zijn gekomen zijn heel divers. Zo zijn er foto's van sporters (die bijvoorbeeld over de finish komen) of van voertuigen. Over het aantal foto's met beweging binnen thema's zegt deze grafiek niets. Het interessantste thema om te bekijken is *Sport*. In hoeverre bevatten de foto's in de categorie 'sport' beweging? Dit is interessant om te bekijken, omdat je binnen dit thema kunt kiezen voor actiefoto's of foto's die

bijvoorbeeld achteraf zijn genomen (als de winnaar op het podium staat). Het gaat echter te ver om op deze plek de categorieën op deze wijze te bekijken.

#### 4.8.5 (Gewonde) slachtoffers zichtbaar?

Hoe gaan de jaarboeken om met de presentatie van gewonde slachtoffers. Uit het vorige hoofdstuk blijkt dat beide samenstellers een argumentatie hebben om voor een dergelijke foto te kiezen. In de theorie werd al gesproken over het feit dat een bewegend beeld vaak minder impact heeft dan een foto (Evans). De samensteller van het jaarboek van *De Telegraaf* onderschrijft dit. Daarom moet je zorgvuldig zijn met het tonen van schokkende beelden. Wat betekent dit voor het jaarboek? Hoe ligt de verhouding binnen het jaarboek, hoe vaak zijn gewonde slachtoffers zichtbaar?



Het is moeilijk iets uit de gegevens te concluderen. Er is namelijk niet gekeken naar het onderwerp of de inhoud van de gebeurtenis. De gegevens zeggen alleen iets over het percentage foto's met zichtbare slachtoffers in het boek, maar zegt dus niets over keuzes die de samensteller moet maken: namelijk de keuze voor een foto waarop slachtoffers zichtbaar zijn, of voor een 'mildere' foto. Bij de meeste onderwerpen in het jaarboek is er geen sprake geweest van

dit dilemma. Bijvoorbeeld bij de keuze voor een foto bij een verkiezing. Hierbij is het niet voor de hand liggend dat de samensteller de keuzemogelijkheid heeft voor een foto met (gewonde) slachtoffers. Dat *het aanzien van* het hoogste percentage zichtbare slachtoffers heeft is niet verwonderlijk. Immers, in dit jaarboek is het hoogste percentage hard nieuws. Hierbij kan er sprake zijn van een keuzemogelijkheid voor het wel of niet plaatsen van gewonde slachtoffers.

#### 4.9 Conclusie

Uit bovenstaande alinea's blijkt dat de verhoudingen in de jaarboeken verschillen. We zagen dat *Het aanzien van 2004* vooral hard nieuws heeft, met onderwerpen in de thema's *politiek* en *terreur en oorlog*. Dit was 2004 heeft juist veel zacht nieuws, wat onder andere kan worden verklaard door de grote aandacht voor gebeurtenissen binnen het thema *sport en cultuur*. *Het jaar 2004* heeft als enige jaarboek ook spot-nieuws. Dit is opmerkelijk. Vooraf werd verondersteld dat dit nieuws niet in de jaarboeken voor zou komen, omdat het gedurende het jaar ook weinig aandacht heeft gehad. Deze veronderstelling blijkt dus niet voor dit jaarboek op te gaan. Ook is er in dit jaarboek relatief veel pseudo-nieuws. Deze gebeurtenissen zijn vaak opmerkelijk of curieus. De samensteller heeft aangegeven zulke onderwerpen te willen plaatsen, omdat het de lezer verwonderd. *Het jaar 2004* heeft bovendien het laagste percentage hard nieuws.



We weten inmiddels dat *Het aanzien van 2004* en *Dit was 2004* ook Vlaanderen als afzetmarkt heeft. Uit de gegevens blijkt dit wel degelijk van invloed te zijn op de samenstelling van het jaarboek. Deze twee jaarboeken hebben namelijk een aanzienlijk hoger percentage Belgisch nieuws, dan *Het jaar 2004*.

Het format van de jaarboeken blijkt te verschillen. Dit komt onder andere naar voren uit de gegevens per pagina. Ongeacht de gebeurtenis heeft *Dit was 2004* per gebeurtenis een uitwerking van één pagina, en één foto. We zien dat bij *Het aanzien van 2004* al iets meer variatie in de pagina indeling zit. Gebeurtenissen hebben vaak een uitwerking van één of twee pagina's. Per pagina heeft het jaarboek één of twee foto's, per gebeurtenis zijn dat er meer. Het meest variabel in de pagina-indeling is *Het jaar 2004*. Ook de grote van de tekst en de foto is hier het meest divers. Sommige gebeurtenissen zijn heel kort uitgewerkt, en hebben geen foto, anderen hebben veel fotoaandacht (soms is de foto groter dan één volledige pagina). Het aantal gebeurtenissen per pagina is dan ook heel divers.

De indeling van de pagina's is per jaarboek dus heel verschillend. Ook de informatie op de pagina is per jaarboek verschillend. Dit hangt wederom af van het format. Zo heeft *Dit was 2004* ook extra informatie, bijvoorbeeld in de vorm van een chronologisch overzicht, op de pagina. In *Het jaar 2004* vinden we ook onderschriften bij de foto's. Dit past bij het format. Dit jaarboek wil de 'look en feel' van de krant overbrengen, en in kranten is ook vaak een onderschrift bij de foto.

De teneur van de jaarboeken is ook verschillend. *Het aanzien van 2004* heeft de meest negatieve teneur, *Het jaar 2004* de meest positieve. Bij *Dit was 2004* is de verhouding tussen de soorten teneur het meest in evenwicht. Hieruit kunnen we concluderen dat wanneer we *Het aanzien van 2004* doorbladeren we het meest negatief terugblikken op 2004. Aan het lezen van *Het jaar 2004* zal de lezer het meest positieve gevoel overhouden.

De foto's worden zelden in zwart-wit afgedrukt. In *Het jaar 2004* gebeurt dit het meest, maar dan nog zijn het er maar 11 van de 298. In veel gevallen zijn het beelden uit het verleden, maar niet altijd. Bij beelden uit het verleden was er simpelweg nog geen kleurenfotografie, bij de beelden in het heden kan vanuit worden gegaan dat geen kleurenfoto's beschikbaar waren. De foto's worden dus geplaatst omdat ze een tijdsbeeld weergeven, of omdat er simpelweg geen andere optie was. De kleurenfoto heeft in de meeste gevallen dus de voorkeur, en zwart-wit foto's spelen nauwelijks een rol van betekenis.

In alle jaarboeken komen foto's met mensen het meeste voor. *Het jaar 2004* doet zijn ondertitel –emotie in nieuws en sport- eer aan. In maar liefst de helft van de gevallen bevat de foto emotie. Opvallend is dat deze emotie vaak veroorzaakt wordt door gelaatsuitdrukkingen. Bij *Het aanzien van 2004*, waar dertig procent van de foto's emotie bevat, wordt de emotie veroorzaakt door de houding van de afgebeelde personen. Bij *Dit was 2004* is het precies evenredig verdeeld: bij de helft van de foto's wordt de emotie op de foto veroorzaakt door de gelaatsuitdrukking, en voor de helft door de houding van de afgebeelde persoon (of personen). Beweging komt in alle jaarboeken ongeveer even vaak voor, en wordt vaak veroorzaakt door mensen. Alle

jaarboeken zijn terughoudend in het tonen van gewonde slachtoffers. Het gaat hierbij om het percentage van dergelijke foto's in het jaarboek. Het is niet per gebeurtenis of onderwerp beoordeeld, waardoor de gegevens niets zeggen over de keuzemogelijkheid van de samensteller. Dit is jammer, want nu kunnen we niets zeggen over het feit of het jaarboek vaker kiest voor heftige of confronterende beelden dan andere jaarboeken.

Concluderend kan gesteld worden dat de indeling en samenstelling van de jaarboeken zeer divers is. Er zijn verschillen in de verhoudingen tussen thema's, en in de *toon* van het jaarboek.

## **Hoofdstuk 5 Casestudies**

### **Inleiding**

Aan de hand van de bespreking van vier nieuwsgebeurtenissen zal in dit hoofdstuk gekeken worden naar de manier waarop de gebeurtenissen uitgewerkt en gepresenteerd worden. Het overlijden van prinses Juliana en prins Bernhard, de moord op Theo van Gogh en het EK Voetbal en Olympische Spelen zullen nader bekeken worden. Binnen deze categorieën is een grote diversiteit mogelijk met betrekking tot de benadering van de onderwerpen. De onderwerpen zijn controversieel of kunnen een bepaalde ideologie uitdragen. Ook kunnen kenmerken van de doelgroep meespelen in de uitwerking van de gebeurtenissen. Op welke wijze benaderen de jaarboeken deze onderwerpen, en gaan zij ook elementen uit de weg?<sup>113</sup>

In het vorige hoofdstuk werd duidelijk in welke mate de jaarboeken bijvoorbeeld aandacht besteden aan het onderwerp 'koninklijk huis'. Maar er zijn ook andere mogelijkheden om de gebeurtenissen te presenteren. Dat zal in dit hoofdstuk naar voren komen.

Evans verschaft in zijn boek *Pictures on a page* meer inzicht in de handelingen van de fotoredactie. Zoals uit het eerste hoofdstuk blijkt, heeft de (foto)redacteur volgens Evans verschillende mogelijkheden om het fotomateriaal te bewerken. Deze handelingen kunnen een nieuwe betekenis tot gevolg hebben.

De ingrepen van de (foto)redacteur zijn de volgende: Bepalen formaat, sequentie, cliché, derde effect, kadrering en begeleidende tekst.

In zijn essay *Le message photographique* uit 1961 geeft Barthes, als één van de eerste, de mogelijkheden van semiologische onderzoeksmethoden weer, om op deze wijze meer inzicht te krijgen in de essentie van de fotografie. Hij onderscheidt in zijn analyse instrument zes procédés om de foto van een zekere lading te voorzien: Trucage, pose/ houding, objecten/ attributen, het fotogenieke, esthetiek en syntaxis.

Hieruit zijn de volgende vijf criteria afgeleid waarop de foto's getoetst kunnen worden. De vijf criteria zijn;

- pose/ houding
- objecten/ gebouwen
- fotogeniek/ esthetiek
- syntaxis/ derde effect
- onderricht foto/ tekst artikel<sup>114</sup>

---

<sup>113</sup> zie voor de uitwerking van dit onderdeel van het onderzoek de desbetreffende paragraaf in Hoofdstuk 2: Onderzoeksopzet.

<sup>114</sup> Deze kwalitatieve analyse methode is ontleend aan het college Fotojournalistiek van L. Zweers, tijdens het collegejaar 2004-2005

Het gaat te ver om op deze plaats *alle* foto's die bij de gebeurtenissen geplaatst zijn, op deze wijze te analyseren. Zoals in de onderzoeksopzet (hoofdstuk 2) al werd aangegeven is de casestudy nadrukkelijk *geen* kwalitatieve fotoanalyse. Er zal een omschrijving gegeven worden van de manier waarop de gebeurtenis gepresenteerd wordt. Dit houdt in dat per gebeurtenis beschreven wordt, op welke wijze de gebeurtenis in tekst en foto uitgewerkt is. Bovenstaande punten zullen bij de beschrijving in het achterhoofd worden gehouden, en indien opmerkelijke zaken zich voortdoen op één van deze punten, zal dit genoemd worden. Er zal dus geen sprake zijn van een inhoudelijke beeldanalyse, maar gekeken worden naar de wijze waarop de gebeurtenissen –in zijn totaliteit- gepresenteerd worden. Ook zal indien relevant een uitgebreidere toelichting volgen op de kwantitatieve analyse.

### **5.1 Het overlijden van prinses Juliana en prins Bernhard**

Het afgelopen jaar hebben we tweemaal te maken gehad met een sterfgeval in de Koninklijke familie. In maart overleed prinses Juliana en een paar maanden later, in december overleed haar man prins Bernhard. Beide personen hadden een respectabele leeftijd. In deze paragraaf wordt gekeken naar de wijze waarop de jaarboeken de dood van prinses Juliana presenteren in woord en beeld. Vervolgens wordt gekeken naar de aandacht voor de dood van Bernhard. Gekeken wordt naar of deze gebeurtenis, en zo ja op welke wijze deze gebeurtenis in het jaarboek terecht is gekomen. Ook kan een vergelijking van deze gebeurtenissen uitwijzen of de samenstellers consequent zijn in de uitwerking van dit thema.

#### **5.1.1 Het aanzien van 2004**

*Het aanzien van 2004* is chronologisch ingedeeld, en besteedt op pagina 46 en 47 aandacht aan het overlijden van Juliana. Het feit dat er twee pagina's zijn vrijgemaakt voor deze gebeurtenis geeft aan dat de samensteller de nieuwswaarde hoog acht. Immers, de meeste gebeurtenissen in dit jaarboek hebben een uitwerking van één pagina. De kop luidt: 'Juliana overleden. Uitvaart eenvoudig en licht'. De teneur van de kop is dus neutraal. In het artikel wordt aangegeven dat Juliana graag een 'gewone mevrouw' wilde zijn. De kop refereert dus aan het feit dat Juliana een eenvoudig leven wilde leiden. Zij kreeg de uitvaart die, volgens de tekst, past bij haar wens. In de tekst wordt kort stil gestaan bij het verleden van de gestorven koningin (zoals zij na haar dood weer genoemd wordt). Zo worden de Greet Hofmans- en Lockheed-affaire kort genoemd. Ook wordt stilgestaan bij het feit dat dezelfde nacht een achterkleinzoon van Juliana wordt geboren, namelijk Claus Casimir, zoon van Prins Constantijn en Laurentien. Ook het feit dat het onzeker was of Bernhard zou komen wordt genoemd.

De tekst is neutraal, en belicht diverse kanten van de nieuwsgebeurtenis. Uit het interview met Van Bree blijkt dat hij het belangrijk vindt diverse aspecten van nieuwsgebeurtenissen te belichten. Hij probeert zo volledig mogelijk te zijn, en de tekst zo te schrijven dat hij over tien jaar nog altijd 'leesbaar' is. Ook geeft hij aan dat hij altijd een invalshoek kiest bij de uitwerking van een gebeurtenis. Bij deze gebeurtenis heeft hij het

feit dat Juliana een eenvoudig leven wilde leiden als invalshoek gekozen. Centraal staat de eenvoud die Juliana nastreefde. Niet voor niets noemt de samensteller bijvoorbeeld het feit dat Prinses Christina ‘It’s a gift to be simple’ zingt op de begrafenis.

*De foto’s:*

Er zijn bij de uitwerking van de nieuwsgebeurtenis vier foto’s geplaatst. Het zijn allen recente foto’s. We zien de kleinkinderen op het bordes, de rouwkoets, Prinses Laurentien die met haar zoon op schoot het ziekenhuis uitkomt en een foto waarop de kist de grafombe in wordt gedragen, met de rouwende kinderen van Juliana erachter. Beatrix en Irene lopen gearmd met hun vader Bernhard in het midden. Er zijn geen close ups zichtbaar, alle foto’s zijn op afstand. Het lijkt alsof de samensteller deze keuze bewust heeft gemaakt. We bekijken het leed van de koninklijke familie op een afstand. Wanneer je de foto’s goed bestudeerd zie weliswaar emotie op de gezichten, maar niet zozeer dat het dramatisch is. Wat ook opvalt is dat er geen enkele foto van Juliana geplaatst is. Uit het interview met Van Bree blijkt dat dit een bewuste keuze is. Als argument geeft Van Bree het feit dat Juliana al jaren niet meer in het openbaar verschenen is. Alle foto’s hebben betrekking op de begrafenis. De pagina geeft een rustige en neutrale indruk. De grootste foto is de foto waar we zien dat de kist de grafkelder in wordt gedragen. Uit de kwantitatieve gegevens blijkt, dat deze foto 210 vierkante centimeter is. Daarmee behoort de foto tot een van de grootste in het boek. Waarschijnlijk is ervoor gekozen deze foto het grootst af te beelden, omdat het de essentie van de gebeurtenis weergeeft, namelijk het moment waarop Juliana wordt begraven.

Op pagina 172 en 173 vinden we de uitwerking van de dood van Bernhard op 1 december 2004. Hij stierf nog geen negen maanden na zijn vrouw, in het ziekenhuis. Er wordt in de tekst stilgestaan bij het ziekbed van de prins. Ook wordt gezegd dat Bernhard al geruime tijd ‘schoon schip aan het maken was’. Niet alleen nam hij afscheid van al zijn vrienden, ook gaat de samensteller in op de brief aan de Volkskrant en de interviews die postuum in dezelfde krant en de Groene Amsterdammer geplaatst werden. Ook wordt stilgestaan bij het de affaires rondom de prins, en zijn rol in het verzet. Het karakter van de prins wat uit de tekst naar voren komt, kan het beste omschreven worden als rebels en demonstratief. Dominee Carel ter Linden wordt niet voor niets geciteerd. ‘de prins had zijn vleugels ver uitgeslagen, soms weleens te ver.’ De samensteller lijkt hiermee een bewuste keuze te hebben gemaakt. Wederom zien we dat de samensteller diverse kanten van de gebeurtenis belicht, en tevens weer een invalshoek heeft gekozen.

*De foto’s:*

Bij deze gebeurtenis zijn vier foto’s geplaatst. De keuze van de foto’s lijkt dezelfde als bij Juliana. Weer zien we de koninklijke familie op het bordes, de rouwkoets en de kist die de grafkelder in wordt gedragen (met de

familieleden op de achtergrond). Weer zijn het foto's 'op afstand. Dit keer is er wel een foto van Bernhard. Wanneer we de redentie van de samensteller volgen, valt op dat dit een foto is, welke in 2004 van Bernhard is gemaakt (met de groene baret, in Wageningen tijdens het defilé). Daarom is deze foto wel geplaatst. De samensteller lijkt dus consequent in zijn keuzes en motivatie. Ook in dit geval is de grootste foto de foto waarop de kist de grafkelder in wordt gedragen. Hoewel de boodschap van de foto dezelfde is, is hij vanuit een ander perspectief genomen. Bij Juliana bekeken we het tafereel vanuit vogelvluchtperspectief, en van een afstand. Bij deze foto bevinden we ons op dezelfde hoogte als de leden van de Koninklijke familie. Bovendien lijkt het alsof wij vlakbij de ingang van de grafkelder zitten, omdat de kist zich zeer dichtbij bevindt. De foto is genomen vanachter een bloemenhaag. Hierdoor lijkt het alsof we vanuit een 'verborgen' positie deelgenoot zijn van het tafereel. Oftewel, op een gepaste afstand.

### 5.1.2 Dit was 2004

Aangezien *Dit was 2004* een thematische indeling kent, staan alle gebeurtenissen rondom de koninklijke familie bij elkaar gegroepeerd. Twee gebeurtenissen rondom Juliana en Bernhard staan naast elkaar op bladzijde 138 en 139. Opvallend hierbij is, dat, hoewel het jaarboek voor het grootste gedeelte binnen de thema's chronologisch gerangschikt is, de gebeurtenissen rondom Bernhard als eerste genoemd wordt. Dit komt voort uit de redentie van de samensteller dat ook gekeken wordt naar foto's in relatie tot elkaar. Waarschijnlijk zou, wanneer chronologisch gewerkt was, de gebeurtenis van Bernhard op een latere pagina terecht zijn gekomen. De gebeurtenissen hebben duidelijk een relatie met elkaar, dus zijn ze naast elkaar geplaatst, vanwege het effect wat de samensteller wil bereiken.

De gebeurtenis op pagina 138 heeft de neutrale kop: De prins, de brief en de baret. De tekst gaat over de groene baret, welke Bernhard tijdens het defilé in Wageningen demonstratief droeg. Zijn betrokkenheid bij de commando's staat centraal. Ook de brief aan de Volkskrant, waarin de Prins reageert op aantijgingen tegen hem en zijn moeder, wordt in de extra informatie genoemd. De kop komt dus overeen met de inhoud van de tekst. Over de dood van de prins wordt niet gesproken. Hier is een eenvoudig argument voor: het boek had als streven voor de feestdagen in december in de winkel te liggen. De prins is op 1 december overleden. Waarschijnlijk was dit te laat om deze gebeurtenis alsnog aan *Dit was 2004* toe te voegen.

#### *De foto*

De foto bij deze nieuwsgebeurtenis is in verhouding met de tekst zeer groot. Hij neemt zeker tweederde van de pagina in beslag. Op de foto zien we Bernhard salueren. Zijn ogen zijn gericht op een grote vlag. Deze vlag bevindt zich op de voorgrond. Hoewel we aan kunnen nemen dat de vlag door een voertuig, danwel persoon gedragen wordt, is dit niet zichtbaar op de foto. De foto geeft een esthetische indruk. Dit wordt veroorzaakt door de compositie, het camerastandpunt en de (vele) kleuren. Het gezicht van Bernhard is

scherp, terwijl de andere elementen op de foto vager zijn. Doordat de kop in witte letters op de foto is gedrukt, lijkt de foto op gearrangeerde foto's, zoals we die in de reclamewereld kennen.

In de foto zijn de covers van drie boeken zichtbaar. In de extra tekst (in het blauw) valt te lezen de dit de drie *gewraakte* boeken zijn van de prins, en dat hij naar aanleiding daarvan de brief aan de Volkskrant schreef.

Op de pagina ernaast zien we met de kop 'Juliana voorgoed koningin' de uitwerking van de dood van Juliana op 30 maart 2004. In tegenstelling tot de pagina ernaast, bevat deze gebeurtenis veel tekst en een veel kleinere foto. De kop refereert aan het feit dat Juliana, nadat zij de troon aan Beatrix had overgedragen, weer prinses genoemd wilde worden. Maar na haar overlijden zal zij voortaan weer als koningin worden aangeduid. De tekst geeft in het kort een omschrijving van de overleden prinses. Haar gezondheid, haar leeftijd bij overlijden, de periode dat zij koningin was, en twee affaires en haar populariteit worden genoemd. Juliana zou populair zijn geweest vanwege haar informele en moederlijke wijze van regeren. De tekst is kort en zakelijk en geeft in korte bewoordingen veel feitelijke informatie.

In de extra informatie wordt een chronologisch overzicht gegeven van belangrijke data in het leven van de prinses.

*De foto:*

Op de foto zien we de kist gedragen worden. Uit de tekst blijkt dat de kist de kerk in gedragen wordt. Op de achtergrond zien we de paarse rouwkoets staan op een plein. Er ligt een grijze looper op de grond, die vanuit een (andere) kerk komt. Rechts op de voorgrond zien we een groep muzikanten (fanfare?). Er zijn geen gelaatsuitdrukkingen zichtbaar. De foto maakt een neutrale indruk, er is geen sprake van emotionele taferelen. Er zijn geen leden van de koninklijke familie of publiek zichtbaar, en er is ook geen beeld van Juliana zelf. Vanwege de positie en het camerastandpunt bekijken we het tafereel op afstand. Het is niet duidelijk waarom juist voor deze foto gekozen is. Zonder de begeleidende tekst zou niet duidelijk zijn waar de gebeurtenis over gaat. Of beter gezegd: wiens begrafenis het is. De foto geeft eigenlijk het ceremonieel rondom de begrafenis aan.

Echter, wanneer we de foto's van beide gebeurtenissen in relatie tot elkaar bekijken, lijkt de samensteller het volgende te willen overbrengen. We zien op de ene pagina een saluerende Bernhard. Op de andere pagina wordt een kist de kerk in gedragen. Het lijkt alsof Bernhard zijn vrouw een laatste groet geeft.

### **5.1.3 Het jaar 2004**

Het jaarboek van De Telegraaf werkt enigszins chronologisch. Zij delen de gebeurtenissen in per maand, maar binnen die maand worden de gebeurtenissen willekeurig geplaatst. De dood van Juliana krijgt in het jaarboek 8 pagina's aandacht. Daarmee verschilt het jaarboek qua aandacht al aanzienlijk in vergelijking tot de andere jaarboeken. In totaal zijn er vijf teksten, en 10 foto's. De gebeurtenis vormt de opening van de

maand maart. De samensteller zegt over de uitwerking van gebeurtenissen rondom het koninklijk huis het volgende:

‘Met betrekking tot het koninklijk huis is toch wel iets waar wij ontzettend sterk in zijn. Is voor onze achterban ook ontzettend belangrijk. Onlangs hebben we een Beatrix-boek gemaakt, veel van verkocht. Is voor onze doelgroep aantrekkelijk om te exploiteren.’ Deze opvatting komt dus ook tot uitdrukking in de wijze van samenstelling. De gebeurtenis krijgt zeer veel (foto)aandacht.

Achtereenvolgens dragen de vijf teksten de kop: ‘Dag lieve Juliana’ (pag 31), ‘Emotioneel afscheid’ (pag 33), ‘Rouwstoet’ (pag 35), ‘Zware klap voor prins Bernhard’ (pag 36) en ‘Juliana gekoesterd’ (pag 37). Het jaarboek probeert met de tekst alle elementen van de gebeurtenis uit te werken. ‘Het menselijke’ staat hierbij centraal. De koppen van de artikelen hebben vaak een emotionele ondertoon, moeten de lezer raken. Hoewel de inhoud van de artikelen voor een groot gedeelte dezelfde informatie geven als *Het aanzien van 2004*, is de toon anders. Ze staat in het artikel met de kop ‘emotioneel afscheid’, dat het afscheid *indrukwekkend* was, en dat veel mensen de uitvaart op televisie bekeken hebben. Dit past bij het uitgangspunt van het jaarboek, namelijk het betrekken van het publiek bij de nieuwsgebeurtenissen. Mensen moeten zich in de gebeurtenis herkennen.<sup>115</sup> Door de toevoeging van deze zin zullen veel mensen denken ‘*inderdaad, ook ik heb gekeken.*’ Ook schrijft de samensteller: ‘Op wilskracht slaagt prins Bernhard erin de gehele dienst bij te wonen’. Hiermee wordt de emotie aangegeven die bij de nabestaanden aanwezig was. Het jaarboek gaat meer in op de gevoelens die bij een overlijden horen, dan dat het een feitelijke weergave van de gebeurtenis geeft.

Wat direct opvalt, is dat de achtergrond van deze pagina zwart is. Door deze kleur wil de samensteller het dramatische effect vergroten.

### *De foto's*

Op pagina 30-31 staat een zeer grote foto van Juliana in haar jongere jaren. De foto is in sepia tinten. ‘Dag lieve Juliana’ luidt de kop. De foto bestrijkt anderhalve pagina. Dit is kenmerkend voor het jaarboek. De openingsfoto van de maand is namelijk altijd deze grootte. De openingsfoto is niet een foto van de gebeurtenis die de samensteller de meeste nieuwswaarde toekent, maar van een onderwerp dat mensen het meeste raakt. Die het meest ‘dichtbij komen’.<sup>116</sup> Op de foto zien we Juliana toen zij een jaar of veertig was. We zien een vitale, uitbundig lachende vrouw. De foto is een close-up van haar gezicht. De foto refereert aan de tijd dat Juliana nog gezond was. De warme lach geeft aan dat Juliana een liefdevolle persoon was. Op pagina 32 is een paginagrote foto waarin de kist de grafkelder ingedragen wordt. De foto lijkt dezelfde als die in *Het aanzien van 2004*. De koninklijke familie loopt achter de kist. De derde foto, die ongeveer eenderde

---

<sup>115</sup> Zie bijlage I interview Paul Rijkema

<sup>116</sup> Zie bijlage I interview Paul Rijkema



van pagina 33 bestrijkt, toont Bernhard gearmd tussen zijn twee oudste dochters, de gezichten zijn goed zichtbaar, en kijken verdrietig. Op de vierde foto, op dezelfde pagina, zien we leden van de koninklijke familie op het bordes staan. Voor hen ligt een zee aan bloemen. Deze foto's horen bij het artikel met de kop: 'Emotioneel afscheid'. Op pagina 34 en 35 staan drie foto's die horen bij het artikel met de kop: 'Rouwstoet'. De grootste foto is over twee pagina verdeeld. We zien de paarse rouwkoets, voor een wit gebouw. De koets wordt door acht paarden getrokken, maar staat nu stil. Een aantal mannen staat bij de ingang op een trap te wachten. Hoewel het formaat van de foto groot is, zijn deze mannen moeilijk te identificeren. Foto 6 en 7 zijn beiden ongeveer even groot. De zesde foto toont de achterzijde van de koets, die bedekt is met witte bloemen. Aan de linkerkant staat een rij mannen in uniform. Zij houden een geweer voor hun lichaam. De zevende foto toont een mensenmassa. Hoewel niet zichtbaar, kan ervan uitgegaan worden dat zij langs de route van de rouwstoet staan. Op de volgende pagina (36) zien we Bernhard op een grote foto (halve pagina in de lengte), salueren. Zijn ogen zijn ergens op gericht, maar dit is niet zichtbaar. De foto hoort bij het artikel met de kop 'Zware klap voor prins Bernhard'. Het vijfde en tevens laatste artikel met betrekking tot Juliana's dood heeft de kop 'Juliana gekoesterd.' Bij de tekst hoort een zwart-wit foto en een foto in sepia tinten. Hierdoor wordt duidelijk dat het om een foto uit het verleden gaat. Bovenaan pagina 37 zien we een foto van Juliana, Bernhard, Beatrix en Claus. De foto is ongeveer 25 jaar geleden genomen. Juliana en Bernhard klappen, Beatrix en Claus zwaaien. Het is onduidelijk voor of naar wie. De foto toont een vrolijk tafereel. De laatste foto toont het jonge gezin. We zien Juliana, Bernhard en een baby. Verondersteld wordt dat dit Beatrix is. Beide ouders zitten op de bank, en buigen over de baby heen, welke door Bernhard wordt vastgehouden.

In het jaarboek zijn dus tien foto's geplaatst bij deze gebeurtenis, verdeelt over 8 pagina's. Er zijn vijf teksten die bij deze gebeurtenis behoren. Diverse aspecten rondom de dood van Juliana worden belicht. Er worden foto's getoond van vroeger, zoals we wellicht Juliana zullen herinneren. Ook de begrafenis, en de emotie daaromheen krijgt aandacht. Opvallend is, dat dit jaarboek als enige ingaat op de reactie die haar dood bij het publiek teweeg heeft gebracht. Ook is in dit jaarboek als enige een foto zichtbaar van de mensen die langs de route van de begrafenisstoet stonden.

De dood van prins Bernhard krijgt op de laatste pagina's van het jaarboek aandacht. Deze pagina's zijn op het laatste moment toegevoegd. Bernhard overleed immers begin december. Het jaarboek was toen al af en zou naar de drukker gaan. De samensteller besloot echter op het laatste moment in dit jaarboek –en dus niet in het jaarboek van 2005- aandacht aan deze gebeurtenis te willen besteden. Opvallend hierbij is, dat wanneer ik het jaarboek met het jaarboek van 2002 vergelijk, de 'index' in *Het jaar 2004* ontbreekt. Waarschijnlijk is op deze pagina's het overlijden van prins Bernhard gekomen, en op deze wijze hoefde de lay-out van het boek niet aangepast te worden (met extra pagina's etc.) De uitwerking lijkt op die van prinses Juliana, wederom zwarte

achtergrond, foto's van vroeger, en recentere foto's. Opvallend is dat er geen foto's van de begrafenis zelf bij de gebeurtenis geplaatst zijn. Wellicht waren die nog niet beschikbaar!

### 5.1.4 Conclusie

In hoofdstuk 4 werd aangegeven dat uit de resultaten van de dataverzameling blijkt de de hoeveelheid aandacht voor gebeurtenissen binnen de categorie Koninklijk Huis niet ver uit elkaar loopt. Toch blijkt uit bovenstaande dat de wijze van benadering wel ver uiteenloopt. In de dataverzameling is alleen gekeken naar de hoeveelheid aandacht voor thema's. De gegevens zeggen dus niets over de hoeveelheid aandacht binnen thema's, bijvoorbeeld het aantal pagina's dat de uitwerking van de gebeurtenis heeft. Ook wordt er in de dataverzameling geen onderscheidt gemaakt tussen het Nederlandse Koninklijk Huis en andere Koninklijke families.

In *Het aanzien van 2004* is ook veel aandacht voor andere koninklijk families. Bijvoorbeeld op pagina 77, waar bericht wordt over kroonprinsen uit andere landen die trouwen. In het jaarboek van de Telegraaf wordt alleen aan het Nederlandse koninklijk huis aandacht besteed. De aandacht voor binnenlands nieuws komt wel naar voren uit de dataverzameling, maar dit is niet per gebeurtenis benoemd.

De manier waarop de gebeurtenissen zijn uitgewerkt zijn dus (zeer) verschillend. Zo is *Het aanzien van 2004*: neutraal en op afstand. Diverse kanten van de gebeurtenis worden belicht. Hierbij worden alleen actuele beelden gebruikt, dus geen beelden uit het verleden. Het jaarboek stelt op de voorpagina het 'meest volledige jaarboek' te zijn. Met betrekking tot de uitwerking van deze gebeurtenis kun je dat inderdaad stellen. Dit komt vooral tot uitdrukking in de tekst, veel elementen van de gebeurtenis worden genoemd. Foto's te samen vertellen het verhaal van het overlijden. Waar het jaarboek geen aandacht aan besteed, althans niet in beeld, is het verhaal van haar leven.

*Dit was 2004* heeft als uitgangspunt dat er, ongeacht de gebeurtenis, op één pagina uitwerking is. Daardoor is het jaarboek in dit geval kort, bondig en zakelijk. Bij het overlijden van Juliana geeft de foto een feitelijk overzicht van de gebeurtenis, namelijk de begrafenis. De foto geeft verder geen informatie. Het lijkt erop dat dit resulteert in meer tekst, en ook in extra informatie. Aangezien dit jaarboek al voor feestdagen in winkel moest liggen, is er geen aandacht voor het overlijden van Bernhard. Wat opvalt is, dat de sterke relatie tussen gebeurtenissen centraal staat. In dit geval is wordt het zogenaamde derde effect niet bereikt vanwege wat zichtbaar is, maar vanwege de inhoud van de gebeurtenissen. De relatie tussen Bernhard en Juliana op twee pagina's naast elkaar zorgt ervoor dat er een derde effect bereikt wordt. Dit is ook een uitgangspunt van het jaarboek, er wordt gekeken naar de pagina's in relatie tot elkaar. De samensteller lijkt hier in zijn opzet te slagen.

Bij *Het jaar 2004* worden ook verschillende elementen van de gebeurtenis beschreven en zichtbaar gemaakt. De gebeurtenis -het overlijden van Juliana- zelf, het afscheid door de koninklijke familie en het publiek, het verdriet van Bernhard, en hoe Juliana herinnerd zal worden. De gebeurtenis is qua omvang zeer uitgebreid

uitgewerkt, en krijgt ook fotoaandacht. Hieruit blijkt dat de samensteller veel waarde hecht aan deze gebeurtenis. Dit is grotendeels te verklaren vanuit de doelgroep van het boek. Volgens de samensteller heeft de doelgroep affiniteit met koninklijke familie, zoals naar voren kwam in hoofdstuk 3. Ook gaf de samensteller aan dat ‘het menselijke’ een belangrijk uitgangspunt (invalshoek) is. De menselijke kant van de gebeurtenis, namelijk de emotie die met het afscheid nemen gepaard gaat, wordt benadrukt. Hierbij staat centraal. De fotoaandacht is, zowel in vergelijking met andere onderwerpen in het jaarboek, als in vergelijking met de andere twee geanalyseerde jaarboeken, zeer groot. De tekst bevat veel gevoelswaarde, met de foto wordt veelal een sfeerbeeld neergezet. Ook verschilt dit jaarboek in haar benadering van de andere jaarboeken, omdat zij als enige ook het publiek in haar verhaal betreft. Ook dit komt overeen met wat de samensteller voor ogen heeft: wat doet de gebeurtenis met mij?

## **5.2 De moord op Theo van Gogh**

We hebben nu gezien dat de wijze van benadering met betrekking tot bovenstaand onderwerp in alledrie de jaarboeken verschilt. Het is nog te vroeg om daar harde uitspraken over te doen. Daarom kijken we nu naar de uitwerking rondom de moord op Theo van Gogh. Door de moord op Theo van Gogh begin november liepen de gemoederen in Nederland hoog op. Deze gebeurtenis heeft op veel mensen grote indruk gemaakt. Het is dan ook niet verwonderlijk dat alle drie onderzochte jaarboeken hier aandacht aan besteden. Verwacht wordt dat alledrie de jaarboeken uitgebreid aandacht aan de gebeurtenis besteden, omdat het ten tijde van de gebeurtenis ook veel aandacht in de media heeft gekregen. Verondersteld wordt dat, gezien de hoge nieuws waarde, dit ook veel aandacht (in pagina’s) in het jaarboek krijgt.

Verschillen de wijzen van benadering? Brengen zij het slachtoffer in beeld, en speelt de discussie die hierover is geweest een rol bij de keuze van de foto? In hoeverre wordt verwezen naar de maatschappelijke onrust en de discussie die door deze gebeurtenis in de samenleving is ontstaan? Dat zijn vragen die de basis voor deze case study vormen.

### **5.2.1 Het aanzien van 2004**

Op pagina 160-161 staat de uitwerking van de moord op Theo van Gogh. De gebeurtenis krijgt dus inderdaad relatief veel aandacht, zoals verondersteld werd. De kop luidt: ‘Van Gogh op straat vermoord. Dader bedreigt in brief ook Hirsi Ali.’ De samensteller noemt de moord op Van Gogh ‘de moord van het vrije woord’. De feitelijke informatie, zoals de naam van de moordenaar (Mohammed B), de datum en de plaats van de moord, komt in de eerste twee alinea’s aan bod. Daarin wordt ook aangegeven dat ook Hirsi Ali bedreigd werd, met name vanwege de film *Submission*, die zij samen met Van Gogh maakte.<sup>117</sup> Er wordt ingegaan op het provocerende karakter van Van Gogh, en dat de moord het integratiedebat ‘op scherp zette’.

---

<sup>117</sup> De film *Submission* krijgt in het jaarboek een aparte uitwerking op pagina 129

Als reactie op de moord kwamen tienduizenden mensen tot een lawaaiprotest op de Dam. ‘Ook moslims veroordelen de moord’ wordt geschreven. Ook het feit dat Remkes en de AIVD ten gevolge van de moord onder vuur komen te liggen wordt genoemd. Wederom worden door de samensteller verschillende elementen in het verhaal belicht, dus niet alleen de moord an sich. Hij geeft ook aan wat de gevolgen van de moord zijn, bijvoorbeeld dat de AIVD onder vuur kwam te liggen. De samensteller kiest er duidelijk voor om geen stelling in te nemen. Hij geeft aan wat de reacties zijn van diverse betrokken partijen, zonder ergens de nadruk op te leggen.

De foto’s:

Er zijn bij deze gebeurtenis vier foto’s geplaatst. De foto’s vertellen samen het verhaal rondom de dood. Op beide pagina’s staan twee foto’s. Veruit de grootste foto staat op pagina 161. We zien een mensenmassa. Er zijn spandoeken zichtbaar. Het meest duidelijk is een bord met daarop 2-11. Dit refereert aan de datum waarop Van Gogh vermoord is. Daarachter is een Nederlandse vlag zichtbaar. Door de tekst weten we dat dit een foto is van het protest op de Dam. Verder staat op deze pagina een foto, waarop een groep mensen van Noord-Afrikaanse afkomst zichtbaar is. Door de kleding die zij dragen wordt verondersteld dat dit moslims zijn. Zij houden een spandoek vast. Voor het spandoek loopt een man in traditionele Noord-Afrikaanse kleding. Zijn gezicht is niet zichtbaar, aangezien hij een bord vast heeft met daarop de tekst: Islam=vrede. Deze foto refereert aan de tekst waaruit blijkt dat ‘ook moslims de straat opgaan om hun woede te uiten’. Op pagina 160 staan twee foto’s. Op een foto zijn centraal op de foto mannen in witte pakken zichtbaar. Zij tillen een wit laken op. Daardoor zien we onder het laken een lichaam liggen. We kunnen ervan uit gaan dat dit Van Gogh is. Op de achtergrond zien we een lint, daarachter staan twee mannen in ambulancekleding. Rechts op de foto staat op de achtergrond een grote rode auto. Deze foto is gemaakt vlak na de moord en toont het levenloze lichaam op straat. De tweede foto op deze pagina toont Van Gogh tijdens het uitoefenen van zijn vak. Op de voorgrond zien we een man met een witte hoed. Hij kijkt door een grote filmcamera. Daarachter staat nog een man met een camera. Van Gogh zien we links zitten. Hij heeft een koptelefoon op. Door middel van de foto’s worden dus verschillende elementen belicht. Namelijk dat Van Gogh een filmmaker is, die vermoord werd, waardoor veel mensen met verschillende achtergronden, geschokt waren en in protest kwamen.

De uitwerking van deze gebeurtenissen komt overeen met de wijze waarop het overlijden van Juliana en Bernhard is uitgewerkt. De samensteller belicht verschillende kanten van het verhaal. Uit het interview kwam naar voren dat de samensteller het dilemma de mooiste, meest prikkelende vorm, vindt. Bij de uitwerking van deze gebeurtenis kiest de samensteller er ook voor om het dilemma uiteen te zetten. Hij wil dat mensen zich realiseren dat er vaak meerdere kanten aan een gebeurtenis zitten, vaak zijn er meerdere partijen zijn er bij betrokken of meerdere standpunten in te nemen. De moord op Theo van Gogh noemt hij ‘de moord op het

vrije woord'. Vervolgens geeft hij aan waarom sommige mensen moeite hadden met de uitlatingen van de filmmaker. Hij maakt duidelijk dat er verschillende opvattingen over Van Gogh zijn, maar dat uiteindelijk verschillende partijen (politici, moslims en andere burgers) de moord veroordelen. Hij eindigt het stuk met een aantal vragen, die deze gebeurtenis heeft opgeroepen, zoals 'Was het gevaar van types als Mohammed B. wel voldoende onderkent?' Het gevolg zal zijn dat de lezers zal nadenken over hetgeen hij zojuist gelezen heeft, en dat is precies hetgeen de samensteller nastreeft.

### 5.2.2 Dit was 2004

Op pagina 47 wordt, binnen het thema 'politiek- Nederland- aandacht besteed aan de moord op van Gogh. 'Theo van Gogh op straat vermoord' luidt de kop in *Dit was 2004*. De tekst is kort, maar geeft veel informatie. Wie, wat, waar en waarom wordt uit de tekst duidelijk. De openingszin is opvallend. 'Van de fiets geschoten, gevlucht en vervolgens met een mes afgeslacht.' Recht voor zijn raap zegt de samensteller hoe het is. De achtergrond van de dader wordt wel omschreven, (een 26-jarige Nederlander van Marokkaanse afkomst') maar zijn naam wordt niet genoemd. De samensteller geeft aan Van Gogh zich 'gekeerd had tegen opvattingen van radicale moslims' en noemt de moord op Van Gogh een 'nieuwe politieke moord'. Hiermee wordt impliciet verwezen naar de moord op Pim Fortuyn. Tot slot wordt in de tekst verwezen naar de lawaai bijeenkomst op de Dam, nog diezelfde avond.

#### *De foto:*

De foto is dezelfde als de grootste foto in *Het aanzien van 2004*. We zien de mensen op de Dam tijdens de lawaai-tocht. De hele foto is gevuld met (silhouetten van) mensen. Op de achtergrond is een gebouw zichtbaar. Ook de contouren van het monument op de Dam is zichtbaar. Daarop zitten ook mensen. Zoals gezegd zien we ook een Nederlandse vlag en spandoeken, waarvan een met de tekst 2-11 het meest opvalt. Deze foto toont de massaliteit aan van de reactie die de gebeurtenis heeft opgeroepen.

Aangezien *Dit was 2004* zich ook sterk richt op de relatie tussen beelden, kijken we ook naar de foto op de pagina ernaast. Dit levert een opvallende combinatie op. We zien daar namelijk een foto met betrekking tot de massale demonstratie tegen het kabinetsbeleid op het Museumplein in Amsterdam. Op beide foto's is dus een grote mensenmassa die in protest komt te zien. Waarom juist deze twee foto naast elkaar zijn geplaatst is niet bekend. Hoewel associaties tussen beelden subjectief zijn, geeft deze beeldcombinatie de indruk dat Nederlanders regelmatig massaal de straat op gaan om te demonstreren/ protesteren.

Overigens is in de extra informatie een tweetal citaten opgenomen: Job Cohen (burgermeester van Amsterdam) over Theo van Gogh, en andersom. Dit is opvallend, want het citaat van Van Gogh geeft aan dat hij nogal wat aan te merken had op Cohen. Het citaat van Cohen is van na de moord, waarin hij aangeeft dat

Van Gogh recht had om zijn mening te uiten, en daarbij ook ruzie maakte. ‘En dat mag in dit land’ Hiermee geeft de samensteller, weliswaar in de extra informatie, impliciet een ideologie weer, namelijk dat je in Nederland recht hebt op vrijheid van meningsuiting, ongeacht wat die mening is.

De toon van *Dit was 2004* is anders dan die in *Het aanzien van 2004*. Waar *Het aanzien van* een feitelijke weergave van diverse standpunten gaf, geeft dit jaarboek duidelijk aan de daad te veroordelen. De moord wordt ‘gruwelijk’ genoemd. De geschokte reactie van mensen staat centraal. Hiermee geeft de samensteller, zonder veel bewoordingen, aan dat de moord veel mensen geschokt heeft. Het jaarboek speelt dus in op de gevoelens die de moord heeft opgeroepen in de samenleving.

### 5.2.3 Het jaar 2004

De moord op Van Gogh krijgt op vier pagina’s aandacht in het jaarboek. Opvallend is de grote ruimte die aan foto’s en een graphic is besteed.

Filmmaker Van Gogh vermoord, kopt het eerste artikel van de maand november. De tekst gaat in op de moord, en de golf van ontzetting die dit in de samenleving heeft veroorzaakt. De dader wordt omschreven als een 26-jarige moslimextremist, en wordt met naam genoemd (Mohammed B.) Ook achtergronden van de dader worden genoemd. De ongezouten mening van Van Gogh zou hem noodlottig zijn geworden. De wijze waarop Van Gogh vermoord is, wordt zeer uitgebreid omschreven. Daarbij wordt ook vermeld dat de dader een brief achter gelaten heeft op het lichaam van Van Gogh, waarin Hirsi Ali bedreigd wordt. Ook wordt het lawaaioprotest op de Dam in dit artikel genoemd.

#### *De foto:*

De maand november opent met een zeer grote foto van Van Gogh, onder een wit laken. De samensteller heeft deze gebeurtenis gekozen als opening van de maand, maar niet omdat hij de gebeurtenis de meeste waarde toekent. De samensteller geeft aan dat het bij de keuze voor de ‘openingsfoto’ gaat om ‘het meest aanraakbare’. Dat dit vaak een foto is van een binnenlandse gebeurtenis is vanwege het feit dat deze gebeurtenissen ook veel aandacht krijgen in de krant. De eerste, grote foto lijkt op die in het aanzien van. We zien drie mannen in witte pakken, in een door rood-wit lint afgezet gebied. Zij zitten gehurkt rechtsvoor op de foto. Op de achtergrond zien we een wit laken. Onder dit laken ligt Van Gogh. Dit is niet zichtbaar, maar daar kunnen we vanuit gaan. Op de achtergrond zien we mensen achter hekken staan. Zij zijn niet scherp, maar wel herkenbaar. Door onze kennis weten we dat er onderzoek wordt gedaan op de plaats van het misdrijf.

Op de volgende pagina staat een artikel met de kop: ‘omstreden columnist en geliefd filmmaker’. Het artikel gaat in op de reacties op de moord. Onder andere op de gevoelens in de samenleving na de moord, mensen

leggen bloemen bij zijn huis, het feit dat er mensen worden opgepakt, en dat moslimorganisaties protesteren tegen de daad, worden in het artikel genoemd. Ook wordt ingegaan op het karakter van Van Gogh, het feit dat hij (net als een aantal anderen) bedreigd werd, onder andere vanwege de film die hij met Ayaan Hirsi Ali maakte

De foto's:

Opvallender is de fotokeuze van het jaarboek. Er zijn twee foto's bij dit artikel geplaatst. Het is vooral de eerste die nadere bespreking waard is. De foto die geplaatst is, betreft namelijk de foto waar we Van Gogh op straat zien liggen, met het mes nog in zijn borst. De foto is gemaakt door een 'privé-persoon' met een mobiele telefoon. Deze persoon heeft vervolgens de foto aangeboden aan De Telegraaf. Er is veel discussie geweest over de plaatsing van de foto (prominent op de voorpagina van de krant). Hoe ver kun je gaan in het tonen van dergelijke beelden? De samensteller motiveert zijn keuze met het argument dat, hoewel de foto gruwelijk is, het een nieuwswaarde heeft in overtreffende trap. De samensteller wil met plaatsing van de foto een maatschappelijk beeld neerzetten. Hij ziet het als een 'boodschap aan de samenleving, en die taak moet je dan wel op je nemen'. Het feit dat er discussie over is geweest wordt wel meegenomen bij de fotokeuze. De samensteller vond dat hij hem in het jaarboek weer moest plaatsen, maar dan niet zo groot. Volgens hem heeft de foto een andere waarde, als je een stap verder gaat

De tweede foto toont de voordeur van het huis van Van Gogh. Er zijn bloemen, kaartjes en kaarsen neergelegd en opgehangen. We zien onder andere een gebroken hart en de tekst 'zinloos'. Met de foto laat het jaarboek zien hoe mensen gereageerd hebben op de moord. De uitlatingen zijn emotioneel.

Op de volgende pagina is paginagroot een graphic te zien van Mohammed B. (met balk voor de ogen) en alle personen die met hem 'gelinkt' zijn. Er wordt een chronologisch overzicht gegeven van ontwikkelingen in de radicalisering van Mohammed B. Hoewel de graphic groot is, is hij erg onduidelijk. Hij bevat veel tekst, in een klein lettertype. Daardoor is de graphic niet uitnodigend.

#### **5.2.4 Conclusie**

Ook uit deze case study blijkt dat de tekst in *Het aanzien van 2004* het dilemma aangeeft. De foto's vertellen het (geschreven) verhaal. De foto's zijn dus bewust gekozen, ter illustratie/ ondersteuning van de tekst. Andersom kan natuurlijk ook: De tekst is geschreven ter verduidelijking foto's. In elk geval probeert de samensteller verschillende elementen van de gebeurtenis te beschrijven. Alleen Theo van Gogh wordt in beeld gebracht, andere personen waar over geschreven wordt, zoals Hirsi Ali of Mohammed B. zijn niet zichtbaar. Van Gogh is als slachtoffer zichtbaar.

Bij *Dit was 2004* is één element uit het verhaal gekozen, namelijk de reactie van de burgers. Als enige jaarboek wordt in de tekst verwezen naar de moord op Fortuyn. Wanneer we de foto in combinatie met de andere pagina bekijken, valt op dat de samensteller ervoor gekozen heeft een foto van een demonstratie en een protest naast elkaar te zetten. Het lijkt alsof de mensen voor hetzelfde samen komen. Ook wordt de suggestie gewekt dat Nederlanders vaak protesteren/ demonstreren.

*Het jaar 2004* is het minst neutraal in de uitwerking van de gebeurtenis. Op een confronterende wijze wordt de moord op Van Gogh verwoord en verbeeld. De tekst geeft in niet mis te verstane bewoordingen aan dat de moord vreselijk was, maar ook dat de dingen die Van Gogh zei niet mis waren ('Beledigen was zijn lust en zijn leven') Ook in het jaarboek wordt de controversiële foto geplaatst, al is het formaat wel kleiner. De samensteller geeft aan dat de nieuwsaarde van foto bepalend is geweest voor plaatsing, ook al is er discussie over geweest. Ook deze gebeurtenis krijgt grote fotoaandacht. Bij de gebeurtenis is een grote graphic geplaatst. Dit is opvallend, want dit komt in het boek verder niet voor. De samensteller is dus van mening geweest dat de gebeurtenis aanvullende informatie en meer uitleg behoeft. Ook hier krijgt de reactie van mensen grote aandacht. Waar de andere twee jaarboeken de lawaaitocht noemen en in beeld brengen, heeft dit jaarboek gekozen voor een foto van de voordeur. Hierop waren emotionele kreten zichtbaar. Op deze manier komt het dichterbij. De samensteller heeft duidelijk willen maken wat het met mensen heeft gedaan.

### **5.3 Sport in 2004: het EK voetbal en de Olympische Spelen**

Het jaar 2004 kende veel sportgebeurtenissen. Onder andere door twee grote evenementen, namelijk het EK Voetbal en de Olympische Spelen is er meer aandacht voor sport in de jaarboeken dan andere jaren. Hoewel de jaarboeken alledrie dus meer aandacht aan dit thema besteden, is de manier waarop zij dit doen zeer verschillend. Hoe brengen jaarboeken de sportevenementen in beeld? Hoeveel aandacht is er voor de gebeurtenis? Hoe worden winnaars en verliezers in beeld gebracht? Dat zijn vragen waar deze case study meer inzicht in moet verlenen.

#### **5.3.1 Het aanzien van 2004**

Vanwege de chronologische indeling vinden we de sportgebeurtenissen verspreid over het boek. Het EK Voetbal treffen we aan op pagina 102-103. In totaal kent het artikel 6 foto's, drie op elke pagina. De kop luidt: 'Grieken kappend naar titel. Vedettes maken uitgebluste indruk.' Uit de tekst komt duidelijk naar voren waarom de samensteller voor deze kop gekozen heeft. De Grieken hebben in al hun wedstrijden het winnende doelpunt met het hoofd gescoord. Zoals al eerder bleek probeert de samensteller te spelen met de tekst. De samensteller zegt hierover:

"Bij het selecteren van de foto's van het EK Voetbal kwam ik erachter dat er door de Grieken vaak via een kopbal wel gescoord. Daarom heb ik het stuk de titel *Grieken kappend naar finale* gegeven."



Ook wordt aandacht besteedt aan de reden waarom de ‘grote’ voetballanden al snel uitgeschakeld waren. Na een druk clubseizoen waren de vedettes uitgeblust. Ook wordt stilgestaan bij de wissel van Arjen Robben. Deze wissel zorgde voor veel ophef. Robben zou de beste man van de wedstrijd zijn, maar moest toch het veld verlaten. Mede daarom besloot Advocaat na het toernooi op te stappen, stelt de schrijver. Ook wordt kort stilgestaan bij het verloop van het toernooi voor de Nederlandse ploeg. Dit krijgt echter relatief weinig aandacht. De tekst is feitelijk en concentreert zich vooral op het toernooiverloop van de Grieken.

#### *De foto's*

Zoals gezegd horen bij de uitwerking van de nieuwsgebeurtenis zes foto's. Opvallend is dat slechts een foto van het Nederlands elftal geplaatst is. We zien achtereenvolgens: Beckham die een penalty neemt (en mist, zo blijkt uit de tekst), Robben die een penalty neemt (en Nederland daarmee verlost van het penaltytrauma, volgens de tekst), een, volgens de tekst ‘bijzonder’, doelpunt van Ibrahimovic, en drie foto's met daarop doelpunten van de Grieken, in diverse wedstrijden. Zoals de samensteller al aangaf, voelt hij niets voor ‘balletfoto's’.<sup>118</sup> Hij kiest altijd voor foto's waarin gescoord wordt. ‘Het gaat om het doelpunt’, zo stelt hij. Op alle foto's die bij deze gebeurtenis zijn geplaatst wordt inderdaad gescoord.

De Olympische Spelen vinden we op pagina 130 tot en met 133. Hiermee krijgt het met vier pagina's dus veel aandacht in het jaarboek. De tekst is verspreid over drie pagina's. Bij de gebeurtenis zijn dertien foto's geplaatst.

De kop van het artikel luidt: ‘succesvolle spelen in bakermat Athene. Nederlandse sporters op herhaling.’ De tekst begint met de affaires rondom de Spelen, en de twijfel of alles wel op tijd klaar zou zijn. Vervolgens worden een aantal uitzonderlijke sportieve prestaties besproken: Phelps die maar liefst zes keer goud en twee keer brons won, El Guerrouj die zowel de 5.000 als de 1.500 meter won, Holmes die ook twee loopafstanden won. Drie sporters die al sinds 1980 of 1992 een gouden medaille op de Spelen behalen. Vervolgens wordt ingegaan op de tragedies. Sporters die faalden, een priester die de koploper bij de marathon een paar kilometer voor het einde duwde, en een turner die door een rekenfout derde werd, in plaats van eerste. Op de volgende pagina, pagina 132, wordt onder de subkop ‘prolongatie’ aandacht besteedt aan de Nederlanders op de Spelen. Het aantal medailles wordt genoemd, en het feit dat de gouden medailles allemaal werden gewonnen door ‘recidivisten’. Dit verklaart de kop en de subkop. Er wordt onder andere stil gestaan bij de successen van Van Moorsel, Van Grunsven, De Bruijn en Van den Hoogenband. Ook alle andere medaillewinnaars worden genoemd. Er is ook aandacht voor de Belgische winnaars. Dit is minder dan de aandacht voor Nederland, maar de samensteller zegt hierover: ‘de Belgen hadden het nu eenmaal niet zo goed

---

<sup>118</sup> zie bijlage I interview Han van Bree

gedaan.’ De extra aandacht voor de Belgen komt voort uit het feit dat dit jaarboek zich ook richt op Vlaanderen als afzetmarkt. Herkenning is een belangrijk uitgangspunt bij de samenstelling, dus ook voor de Belgische lezers.

De foto’s:

De meeste personen die in de tekst worden genoemd krijgen ook een foto. Zwemmer Phelps krijgt op de eerste pagina de meeste aandacht met een vrij grote foto. We zien zijn gezicht net uit het water komen, de armen zijn gespreid. Het is duidelijk dat dit om een actiefoto tijdens de wedstrijd gaat. Verder staan op pagina 130 nog twee kleine foto’s, van hardloper Korzeniowski (die al sinds 1992 meedoet) en roeier Fischer (sinds 1980!). Beide foto’s tonen de sporters tijdens het beoefenen van hun sport. Op pagina 131 staan vier foto’s. De grootste is die van de priester die de hardloper tegenhoudt. Het gezicht van de hardloper is verbeterd. Het gezicht van de priester is niet zichtbaar. Op de achtergrond zien we het publiek. Dit is echter onscherp, waardoor we geen gelaatsuitdrukkingen zien. De priester draagt opvallende (traditionele?) kleding. Verder zien we twee foto’s van winnende hardlopers (die ook in de tekst worden genoemd). Zij komen beiden met omhooggestoken armen de finish over. De laatste foto op de pagina toont een turner, die met de benen gespreid aan een rekstok hangt.

Op de volgende twee pagina’s zien we vijf foto’s van Nederlandse sporters, en een van een Belgische. Dit lijkt een bewuste keuze van de samensteller. Wederom zien we weer alleen foto’s die tijdens, of vlak na de wedstrijd zijn gemaakt. De samensteller lijkt bewust te kiezen voor foto’s van de atleten tijdens het beoefenen van hun sport. We zien Van Moorsel op de grond liggen, zij heeft haar hand op haar helm. Op de (grote) foto eronder zien we Van Moorsel in actie op haar racefiets. De samensteller heeft deze foto’s bewust gekozen, ze vertellen immers een verhaal. Dat doel streeft de samensteller na. De foto’s vertellen het verhaal van de atleet die tijdens de wegwedstrijd ten val kwam en daardoor haar titel niet kon prolongeren, maar vervolgens weer opstond en tijdens de tijdrit een paar dagen later alsnog haar carrière met goud afsloot. Alle foto’s tezamen vertellen het verhaal van het Nederlandse succes. Door ze bij elkaar te plaatsen wordt het effect versterkt.

### **5.3.2 Dit was 2004**

Ook sport is een thema in dit jaarboek. Alle sportgebeurtenissen zijn dus bij elkaar gegroepeerd. In totaal zijn er tweeëndertig gebeurtenissen in deze categorie opgenomen. Het Ek Voetbal krijgt op vier pagina’s aandacht (112-115). Alle pagina’s zijn voorzien van een eigen kop, een stuk tekst en een grote foto. De koppen luiden achtereenvolgens: ‘Denemarken-Zweden: geen broedermoord’, ‘Favorieten reiken niet ver bij EK Voetbal’, ‘Nederland komt tot halve finales’, en ‘Griekenland verrassend kampioen’. Het jaarboek lijkt hiermee aan alle elementen van de gebeurtenis aandacht te willen schenken.

Allereerst is er aandacht voor de ‘broederstrijd’ tussen Zweden en Denemarken, die in dezelfde poule ingedeeld zijn. De korte tekst geeft aan dat beide landen aan 2-2 genoeg hadden om door te gaan naar de

volgende ronde. Volgens de Italianen, die eveneens in deze poule zaten, zouden de beiden landen geen ‘broedermoord’ plegen. Dit refereert aan de kop van de gebeurtenis. De wedstrijd werd toch erg boeiend, maar eindigde wel in een gelijkspel. Toeval?, vraag de schrijver zich af. De foto bij het artikel is erg groot. We zien de Deense supporters uitgedost in de nationale kleuren (rood) dicht op elkaar staan. Je kunt er vanuit gaan dat zij op een tribune staan. Een aantal steekt de hand naar voren. Voor hen hangt een spandoek met de tekst ‘2-2 and the spaghetties are OUT’. De foto komt dus overeen met de tekst. Het esthetische element is hoog, vanwege de kleuren. De foto is overwegend rood.

‘Favorieten reiken niet ver bij EK voetbal’ handelt, net als in het aanzien van werd aangegeven, over de vedettes die het laten afweten. De foto toont David Beckham die de penalty tegen de Portugezen mist, dit blijkt ook uit de tekst. De foto is vanuit een andere positie genomen dan de foto die in Het aanzien van 2004 werd geplaatst. Het esthetische element van de foto is wederom hoog. Er zijn vier personen op de foto zichtbaar, te weten de keeper, de penaltynemer, de scheidsrechter en de grensrechter. De personen staan zo gepositioneerd dat zij tezamen een ruit vormen. Verder is op de linkerbovenhoek na, alleen het groene grasveld zichtbaar.

Het derde artikel met betrekking tot het EK gaat over de Nederlandse deelname. Naast de verloop van het toernooi wordt in de tekst ook stil gestaan bij de wissel van Advocaat. Het feit dat hij na het toernooi ontslag nam, en na anderhalve maand werd opgevolgd door Marco van Basten wordt kort genoemd. In de extra tekst staat een schematisch overzicht met de uitslagen van de wedstrijden van het Nederlands elftal. De foto toont een keeper op de rug gezien, die in het doel staat. We zien een voetballer (die we kunnen identificeren als Robben) die een penalty neemt. Op de achtergrond staat een groep spelers gearmd toe te kijken. Zij zijn onscherp. Het esthetische element is wederom hoog. Dit wordt veroorzaakt door de camerapositie en de compositie. De foto is van achter het doel genomen, waardoor het net een raster vormt over de foto. Robben is scherp afgedrukt, over hem lopen geen netlijnen.

Het laatste artikel met de kop ‘Griekenland verrassend kampioen’ beschrijft het toernooiverloop van de Grieken, en het feit dat zij nog nooit zo ver gekomen zijn. De foto toont, zo blijkt uit de tekst, het winnende doelpunt van Charisteas in de finale tegen Portugal. Op de foto zien we de bal, die net de doellijn is gepasseerd. De keeper duikt in de richting van de bal. Andere spelers staan dicht bij elkaar en kijken in de richting van de bal.

De Olympische Spelen krijgt in het jaarboek ook veel aandacht, namelijk met 8 pagina’s (124-131). Wederom heeft elke pagina een grote foto, een korte begeleidende tekst en in een enkel geval aanvullende informatie, bijvoorbeeld een overzicht.

### 5.3.3 Het jaar 2004

De manier waarop sport in dit jaarboek is uitgewerkt verschilt aanzienlijk in vergelijking met de andere jaarboeken. Het jaarboek kent namelijk een aparte sportkatern. Door het jaar heen worden een aantal

sportgebeurtenissen genoemd, bijvoorbeeld de aanstelling van Marco van Basten als bondscoach en de Tour de France overwinning van Lance Armstrong. De rest wordt in een aparte sportkatern gebracht. Deze structuur komt overeen met die van de krant. De samensteller geeft aan dat sport een belangrijke plaats binnen de krant, maar dus ook binnen het jaarboek inneemt. De olympische spelen krijgen maar liefst zesentwintig pagina's aandacht (124-149) voor het EK voetbal zijn tien pagina's (150-159) vrijgemaakt. Het zou te ver gaan op deze plek alle pagina's te bespreken. Toch kan aan een aantal zaken niet voorbij worden gegaan. De 'sportkatern' opent met een foto over twee pagina's met alle winnende Nederlandse deelnemers op het bordes bij de koningin. Hiermee is dit de grootste foto in het jaarboek.

De onderwerpen die binnen het thema de Olympische spelen zullen hieronder puntsgewijs besproken worden. De opvallendste zaken zullen worden uitgelicht.

- 'Spelen weer thuis', over het feit dat de Olympische Spelen na 108 jaar weer in Athene worden gehouden. Pagina 126, twee foto's. Op een foto zien we Mark Huizinga die voor Nederland de vlag draagt bij het binnenkomen in het stadion. De andere foto toont het met atleten gevulde stadion.
- Nederlandse medaillewinnaars op een rij, pagina 127, een paginagrote graphic met alle medaillewinnaars. Er zijn veel foto's in verwerkt, bijna alle foto's tonen de uitgelaten reactie van de winnende sporter.
- Inge de Bruijn beste olympiër ooit, pagina 128-129, vijf foto's. Veruit de grootste foto behorend bij dit artikel toont De Bruijn met haar medailles in de hand. Op de achtergrond staat een ruïne. De foto is van onderen genomen. In de ondertitel staat terecht dat zij als 'ware zij Pallas Athene' gefotografeerd is. De samensteller geeft als motivatie voor zijn keuze voor deze foto het argument dan De Bruijn graag 'als een fotomodel gefotografeerd wordt'. De andere foto's zijn een stuk kleiner. We zien De Bruijn aan het startblok hangen na een gewonnen race, in het water tijdens de wedstrijd, met verbazing kijken naar (vermoedelijk) het scorebord, en samen met twee andere medaillewinnaars poserend.
- Afscheid in stijl voor Leontien, pagina 130-131, vijf foto's. De foto's behorend bij dit artikel tonen het verhaal van Leontien op de Spelen. We zien de val tijdens de wegwedstrijd, teleurgesteld zitten tegen een reclamebord, verbeteren op de fiets tijdens de tijdrit en racend op de baan tijdens de achtervolging, en een traan wegpinken met de medaille om haar nek. Opvallend is dat op twee foto's het 'emotiegehalte' hoog is. We krijgen een 'menselijke' kant te zien, namelijk de teleurstelling na de val en de blijdschap (tranen van vreugde) na het behalen van de medaille.
- Amazone Anky klasse apart, pagina 132, drie foto's. Ook hier zien we weer
- Tarzan van Athene,
- Zoevend zilver voor Theo Bos.
- Bronzen revanche voor Brentjens

- Pluim voor Mia
- Zilver voor judoka Bosch
- Bronzen beer. Derde plaats voor judoka Dennis van der Geest.
- Bronzen afscheid van Mark Huizinga
- Bronzen judomedaille voor moeder
- Medailleregen voor roeiers
- Zilver voor hockeyteams

Tevens is er een overzicht van alle behaalde medailles op de spelen (van atletiek tot zwemmen) De uitwerking is dus zeer uitgebreid, maar er is vrijwel alleen aandacht voor de Nederlandse resultaten. Andere sporters worden niet genoemd.

### 5.3.4 Conclusie

*Het aanzien van 2004* heeft veel foto's tijdens het beoefenen van de sport. Het gaat om het doelpunt, zo stelt de samensteller. Ook is er aandacht voor Belgische sporters (deden niet mee met Europees Kampioenschap). Bij de indeling heeft de samensteller de informatie over Nederlanders, en de daarbij behorende foto's bij elkaar geplaatst. Ook hier geldt weer dat de foto's tesamen een verhaal vertellen, dit verhaal wordt weergegeven in de tekst.

Bij *Dit was 2004* is sprake van esthetische foto's. De tekst is kort, en beschrijft een element in de gebeurtenis. *Het jaar 2004* heeft zeer veel aandacht voor deze twee sportgebeurtenissen. Dit komt overeen met de titel van het jaarboek- emotie in nieuws en sport. Het jaarboek toont foto's van sporters 'in actie', maar ook van (geposeerde) lachende sporters. Sporters worden dus niet alleen neergezet tijdens het beoefenen van hun sport, maar ook als 'gewone mensen'. Ook is er veel aandacht voor de emotie die met sportoverwinningen en teleurstellingen gepaard gaat. Dit is een wezenlijk verschil in vergelijking met de andere jaarboeken. Het jaar 2004 heeft vrijwel alleen aandacht voor Nederlandse successen.

### 5.5 Tot slot

Wat opvalt, is dat de jaarboeken consequent zijn in de uitwerking van de gebeurtenissen. Bij *Het jaar 2004* is de meeste variatie in het aantal foto's en pagina's. Ook de tekstgrootte kent in dit jaarboek de meeste diversiteit. Dit blijkt verklaard te kunnen worden vanuit het format van de jaarboeken. Belangrijke gebeurtenissen krijgen in *Het aanzien van* meerdere pagina's. In de casestudies zagen we dat het overlijden van prinses Juliana en prins Bernhard en de moord op Theo van Gogh twee pagina's aandacht krijgen. De Olympische Spelen krijgt zelfs een uitwerking van vier pagina's. Hieruit blijkt dat de samensteller de gebeurtenissen belangrijk vindt. De wijze waarop de gebeurtenissen in het jaarboek zijn uitgewerkt, is in alle bestudeerde uitwerkingen gelijk. Er zijn meerdere foto's, die het geschreven verhaal illustreren. De foto's vertellen het verhaal. Verschillende elementen worden door middel van de foto's zichtbaar gemaakt.

De functie van de foto blijkt in *Dit was 2004* anders te zijn. Hier zien we per gebeurtenis één foto. Er wordt één element benadrukt. De foto staat dus centraal. Wel bleek uit deze casestudy dat het wel voor komt dat er meerdere elementen van een gebeurtenis aan bod komen in het jaarboek. Er is dan een onderverdeling gemaakt. De gebeurtenissen kunnen los van elkaar gezien worden, maar hebben duidelijk met elkaar te maken. We zagen dit bij onder andere de uitwerking van het EK Voetbal. Er waren meerdere pagina's aan dit onderwerp gewijd, maar elke pagina stond op zichzelf. Ook bleek in dit jaarboek een duidelijke relatie tussen foto's. De samensteller heeft de foto's dus bewust gekozen. Hoewel het beeld op de andere pagina niet over hetzelfde onderwerp gaat, zijn gebeurtenissen niet willekeurig naast elkaar geplaatst. Hoewel het overlijden van prins Bernhard in het jaarboek niet voor komt, is wel gekozen om een onderwerp over Bernhard te plaatsen naast de uitwerking van het overlijden van zijn vrouw. De onderwerpen staan in relatie tot elkaar en zijn bewust gekozen. De uitwerking van de onderwerpen in tekst is kort. Zoals uit het interview met de samensteller blijkt, kun je iets 'ook in een zin in de context plaatsen'. Dit is opmerkelijk, aangezien het dezelfde samensteller is. De uitgangspunten van het jaarboek zijn dus van belang.

Bij *Het jaar 2004* bleek inderdaad de aandacht voor het binnenlandse nieuws heel groot. Ook werd duidelijk dat dit jaarboek bij de uitwerking van de gebeurtenissen beschrijft, wat het met mensen heeft gedaan. Als enige jaarboek hadden zij een foto van het publiek bij de begrafenis van Juliana. Ook zagen we een foto van de voordeur van Van Gogh, met daarop brieven met emotionele kreten. Daarmee is de invalshoek wezenlijk anders. De fotoaandacht bij de bestudeerde gebeurtenissen was zeer groot. In alle gevallen bevatte de gebeurtenis een foto met een zeer grote foto (van meer dan een pagina). Binnen *Het jaar 2004* wordt niet veel aandacht wordt besteed aan het *wie, wat, waar, waarom* (zie theorie Hoofdstuk 1) en maar daar wil de samensteller wel verandering in wil brengen. Uit de theorie in hoofdstuk 1 bleek dat de journalistiek de vier w's<sup>119</sup> als uitgangspunt hanteert. Soms wordt daar een vijfde W aan toegevoegd: waarom.

Gebleken is dat de jaarboeken zeer divers, maar wel consequent, zijn in de uitwerking van de gebeurtenissen. Verschillen in benadering van de onderwerpen worden verklaard door verschillen in:

- doelgroep
- uitgangspunten van het jaarboek (het menselijke, diverse kanten van het verhaal, relatie tussen foto's)
- commerciële belangen (voor sinterklaas in winkel)

---

<sup>119</sup> De vier W's zijn wie, wat, waar, wanneer. Rijpkema noemt ook vier W's, maar noemt waarom ipv wanneer.

## **Conclusie**

*Hoe komt de samenstelling van een jaarboek tot stand en wat zijn de verschillen en overeenkomsten in de onderwerpkeuze en de wijze waarop de gebeurtenissen (in beeld en tekst) gepresenteerd worden tussen drie jaarboeken van 2004? Hoe zijn deze overeenkomsten en verschillen te verklaren?*

Deze vragen stonden centraal in mijn onderzoek. Inmiddels is in de voorgaande hoofdstukken veel duidelijkheid verkregen over de wijze waarop de jaarboeken van 2004 tot stand zijn gekomen, en over de inhoud en samenstelling van de boeken. In dit laatste hoofdstuk zullen de belangrijkste bevindingen uit mijn onderzoek beschreven worden, om zodoende tot een antwoord op de vraagstelling te komen. Ook zal worden teruggeblikt op de operationalisering van het onderzoek.

In dit onderzoek is op vier manieren getracht informatie bijeen te brengen die kunnen bijdragen tot een antwoord op de vraagstelling. Er is geen speciale theorie voor mijn onderzoek, daarom is op grond van een overzicht van literatuur over nieuws, nieuwsselectie en fotografie een aantal factoren in kaart gebracht die het selectieproces kunnen beïnvloeden. De behandelde literatuur toont raakvlakken met het onderzoeksgebied, maar is toch vooral van toepassing voor de wijze waarop kranten tot een nieuwsselectie komen. De interviews hebben ons inzicht gegeven in het selectieproces van de gebeurtenissen en de foto's. De werkwijze van de samenstellers is inzichtelijk gemaakt, evenals opvattingen over de functie van de tekst en de foto. In de kwantitatieve analyse is naar voren gekomen hoe de verhoudingen binnen het jaarboek liggen, bijvoorbeeld met betrekking tot de onderwerpen in het jaarboek of de teneur, en hoe de jaarboeken zich tot elkaar verhouden. Vervolgens werden de gegevens uit de kwantitatieve analyse en uit de interviews door middel van casestudies geïnterpreteerd en geïllustreerd. Deze methode heeft ertoe geleid dat we nu inzicht hebben in de werkwijze en motieven van de jaarboeken en de uitkomst van dit proces.

We zagen in het *model of commercial news selection* van John H. McManus dat er drie stadia zijn waarin belangrijke beslissingen voor de nieuwsproductie worden genomen. Hoewel het model voornamelijk gericht is op nieuwsselectie bij televisie en kranten, blijkt dit model ook op de samenstelling van de jaarboeken van toepassing. Het eerste stadium is '*discovery*', de nieuwsorganisatie, in dit geval de samensteller, beslist welke nieuwsbronnen worden ingezet. In het tweede stadium beslist een nieuwsorganisatie over welke gebeurtenissen er wordt geschreven: '*selection*'. Met betrekking tot dit onderzoeksgebied betekent dit dat de samensteller een selectie maakt uit het nieuwsaanbod van een jaar. Het laatste stadium noemt hij '*reporting*' en betreft de vorm die aan de berichtgeving wordt gegeven. Ook dit stadium is in het onderzoek bekeken. Bovendien blijken de door mij opgestelde deelvragen voor het onderzoek aan te sluiten op deze drie stadia.

Hieronder zullen de deelvragen beantwoord worden, om vervolgens af te kunnen sluiten met een algehele conclusie.

### 6.1 Hoe kiezen de jaarboeken?

De eerste deelvragen hadden betrekking op de vraag: **Hoe kiezen de jaarboeken?** Hierbij is gekeken naar de selectie van gebeurtenissen, de keuze voor de foto, de nieuws- en fotovoorziening en de invloed van de samensteller. De interviews stonden centraal bij het achterhalen van het keuzeproces.

De samenstellers maken een selectie van nieuwsgebeurtenissen van het afgelopen jaar. Het nieuws wordt per maand bekeken, en daaruit wordt een selectie gemaakt. Deze selectie wordt gebundeld, en later herschreven. Aangezien het gaat om het nieuws uit een heel jaar, moeten sommige gebeurtenissen ‘blijven liggen’ tot ze afgerond zijn. Processen lopen immers langer door. Dit wordt door beide samenstellers onderschreven.

Het aanbod van nieuws waaruit de samensteller van een jaarboek een selectie maakt verschilt. *Het aanzien van 2004* en *Dit was 2004* selecteren uit meerdere kranten. Ook Belgische nieuwsbronnen worden bekeken. *Het jaar 2004* richt zich daarentegen alleen op de eigen krant, namelijk *De Telegraaf*, voor de selectie. Per maand worden de krant(en) doorgebladerd, en wordt een keuze gemaakt.

Met betrekking tot de foto wordt bij *Het aanzien van 2004* en *Dit was 2004* voornamelijk gebruik gemaakt van de beeldbestanden die bij fotopersbureaus beschikbaar zijn. *Het jaar 2004* selecteert beelden die in de eigen krant hebben gestaan. Ook maakt zij meer gebruik van eigen en freelance fotografen. De organisatie van de nieuwsvoorziening is dus anders, wanneer een jaarboek gelieerd is aan een krant. Zij hebben beschikking over ‘eigen’ nieuws. Daardoor kunnen zij dus meer een eigen invalshoek via de foto kiezen. Veel foto’s worden speciaal voor de krant gemaakt. Daardoor kan het jaarboek dus relatief eenvoudig deze stijl overnemen. Voor de andere twee jaarboeken geldt, dat zij een keuze moeten maken uit het algemene aanbod. De keuze is daardoor, wellicht, beperkt.

Een aparte fotoredactie is er bij geen van de onderzochte jaarboeken. In alle gevallen geldt, dat de samensteller zowel de selectie van de onderwerpen, als van de foto’s doet. Dit kan individueel zijn, of met een redactie. Het is echter nooit een gescheiden proces. Tekst en foto worden door dezelfde mensen geselecteerd. De argumenten voor de keuze van een foto verschillen wel per boek. Bij *Het aanzien van 2004* moet de foto een verhaal vertellen, de foto moet inhoud hebben. Bij *Dit was 2004* staat de foto centraal. De foto moet ‘eruit knallen’. Het moet een krachtig beeld zijn, en ook confronterend. Daarbij wordt ook gelet op kleurgebruik. Er wordt één element uit het verhaal gehaald. De fotokeuze bij *Het jaar 2004* wordt met de hele redactie gedaan. Hier blijkt een minder duidelijke argumentatie voor de fotokeuze. Het moet een ‘leuke’ foto zijn. De fotokeuze gebeurt óp gevoel’. Later meer over de functie van de foto. Het komt er dus op neer, dat de samenstellers zowel de keuze voor de gebeurtenissen, als voor de foto maken. De samenstellers van de jaarboeken moeten dus niet alleen beschikken over een schrijvend vermogen, maar dienen ook een beeldend



---

vermogen te hebben. Zij moeten de tekst en foto dus in relatie kunnen zien, en ook oog hebben voor de lay-out. Hoewel deze lay-out wel in alle gevallen door speciale vormgevers wordt gemaakt, houdt de samensteller bij het schrijven van de tekst al wel rekening met bijvoorbeeld het formaat van de foto.

Aangezien *Het jaar 2004* uit de eigen krant selecteert wordt gebruik gemaakt van een zeer homogene bron. Omdat het geselecteerd wordt uit de berichtgeving van de eigen krant, is de kans op consensus groter dan bij de andere twee jaarboeken. Immers, de keuze van de onderwerpen en foto moet door alle redactieleden onderschreven worden. Bij *Het aanzien van 2004* zal de minste consensus bereikt worden over de gekozen inhoud, de selectie wordt immers door één persoon gedaan.

Daarmee komen we bij de volgende deelvraag, namelijk de invloed van de samensteller. Degene die de gebeurtenissen en de foto selecteert fungeert als *gatekeeper*. Hij zal bewust of onbewust factoren laten meespelen in de selectie. Het blijkt dat de gebeurtenissen toch voor een groot deel ‘op gevoel’ geselecteerd. Er bestaat geen lijst met eigenschappen waaraan een foto of gebeurtenis moet voldoen om voor plaatsing in het jaarboek in aanmerking te komen. Ook zijn er vooraf geen afspraken over verhoudingen tussen onderwerpen of soorten nieuws opgesteld. Wel geven alle samenstellers aan dat de verhouding in het jaarboek van belang is. Er is sprake van een samenspel tussen de verschillende pagina’s.

Zoals al werd aangegeven, wordt de selectie van de gebeurtenissen en foto’s voor het grootste deel door één persoon gedaan. Dit is opvallend, en geeft ook aan dat de invloed van de samensteller op de selectie groot is. Hij bepaalt (voor het grootste deel in zijn eentje) welke foto’s en gebeurtenissen door de ‘gate’ gaan is dat bij de selectie van de gebeurtenissen. De persoonlijke kijk op wat nieuws is speelt dus een grote rol in de selectie. De beoordeling van nieuwsgebeurtenissen is blijkt subjectief. Dit komt overeen met de resultaten uit eerdere onderzoeken, zoals dat van White. Daardoor zien we dus ook verschillen in de onderwerpkeuze van de jaarboeken. Toch blijkt de keuze van de onderwerpen die in het jaarboek niet willekeurig. De samenstellers kunnen hun keuzes wel motiveren. Hoewel het dus mensenwerk blijft hebben de samenstellers wel een doel voor ogen.

De selectie van onderwerpen heeft betrekking op journalistieke conventies, de identiteit en uitgangspunten van het jaarboek en de doelgroep die voor ogen is.

## 6.2 Wat kiezen de jaarboeken?

Daarmee zijn we aangekomen bij het tweede onderdeel van de deelvragen, namelijk met betrekking tot de vraag **wat kiezen ze?** Hierbij is gekeken naar de nieuwswaarde van gebeurtenissen en de invloed van de doelgroep op de selectie. De kwantitatieve analyse staat centraal bij het achterhalen van de inhoud van de boeken.

In de journalistiek worden journalistieke conventies toegepast tijdens de selectie, verwerking en representatie van nieuws. De klemtoon bij deze conventies ligt vaak op de manier waarop het selectieproces verloopt.

Daarbij zijn onder andere de twaalf selectiecriteria van Galtung en Ruge van belang. De criteria geven immers aan welke gebeurtenissen voor plaatsing in de media in aanmerking komen. Je zou hieruit kunnen afleiden dat dit een zekere vorm van voorspelbaarheid met zich meebrengt. Echter, er blijken grote verschillen te zijn tussen de verschillende jaarboeken met betrekking tot de gekozen gebeurtenissen. Hoewel journalistieke conventies wel van invloed zijn op de selectie, resulteert dit niet in eenzelfde selectie. Ieder jaarboek dicht de criteria andere waarden toe, waardoor het uiteindelijke resultaat wezenlijk verschilt.

Opvallend verschil is de verhouding tussen verschillende soorten nieuws in het jaarboek. Uit de theorie bleek dat gebeurtenissen met negatieve aspecten eerder in het nieuws komen dan positieve. In *Het aanzien van 2004* zien we dit duidelijk terug. De selectie van gebeurtenissen resulteert uiteindelijk in veel hard nieuws. Dit lijkt een voor de hand liggende selectie. Immers, wanneer dit criterium wordt toegepast op het dagelijkse nieuws, zal dit resulteren in meer negatief dan positief nieuws in een jaar. Wanneer de samensteller een selectie maakt uit het nieuwsaanbod van een jaar zal hij, indien hij op dezelfde manier te werk gaat, dus ook meer negatieve gebeurtenissen selecteren.

Zo heeft *Het aanzien van 2004* het hoogste percentage hard nieuws. Ook gebeurtenissen in de categorieën 'oorlog en terreur' en 'politiek' komen in dit jaarboek veel voor. Bij *Dit was 2004* is een groot percentage zacht nieuws in het jaarboek. Gebeurtenissen in de categorieën sport en cultuur komen relatief veel voor. Gebeurtenissen die veelvuldig in het nieuws zijn geweest (frequentie) maken meer kans in een jaarboek terecht te komen, dan gebeurtenissen waar slechts eenmalig over is bericht. Dit is bij *Het aanzien van 2004* een belangrijk vereiste. Daarmee vervalt dus voor een deel het 'persoonlijke' en subjectieve van de selectie.

Bij *Het jaar 2004* is het opmerkelijk dat er ook spot-nieuws in het jaarboek geplaatst wordt. Dit zijn gebeurtenissen waar gedurende het jaar slechts een enkele keer over bericht is. Dit is opmerkelijk, aangezien verondersteld werd dat gebeurtenissen die in het jaarboek geplaatst worden, een hoge nieuwswaarde zouden hebben (gehad).

De verhoudingen binnen het jaarboek blijken echter van belang. Bij *Het jaar 2004* wordt het uitgangspunt gehanteerd, dat het boek ook 'leuk' moet zijn. Er moeten dus ook grappige en opmerkelijke gebeurtenissen geplaatst worden. Mensen moeten ook vermaakt worden, zoals de krant *De Telegraaf* dat ook doet, met af en toe een ludiek bericht. Dergelijke onderwerpen zul je in *Het aanzien van 2004* niet tegenkomen. Uitgangspunt van de samensteller is dat de gebeurtenissen herkenbaar moeten zijn, wat bij spot-nieuws niet het geval is. Ook vindt hij het van belang dat het boek een 'lange houdbaarheidsdatum' heeft. Hoewel negatieve nieuwsgebeurtenissen dus sneller nieuws zijn, resulteert dit bij *Het jaar 2004* niet in een overwegende *negatieve* selectie voor het jaarboek.

Een ander opmerkelijk verschil bij *wat* de jaarboeken kiezen, is het feit dat in *Het jaar 2004* zeer veel binnenlands nieuws geplaatst is. Met betrekking tot de nieuwswaarde (nabijheid) kan gezegd worden dat binnenlands nieuws voorrang heeft op buitenlands nieuws. Het tegengestelde zien we bij *Het aanzien van 2004*. In dit jaarboek komt duidelijk meer buitenlands nieuws voor. In de jaarboeken *Dit was 2004* en *Het*

---

*aanzien van 2004* komt bovendien relatief veel Belgisch nieuws voor. Het feit dat de boeken Vlaanderen als afzetmarkt hebben, is dus ook van invloed op de onderwerpkeuze. Maar ook omdat meer internationale nieuwsgebeurtenissen worden gekozen, draagt bij aan de herkenning voor de Vlaamse lezers. *Het jaar 2004* richt zich echt op de Nederlandse markt.

Beelden kunnen door hun specifieke kenmerken aan dit nieuws een extra dimensie toevoegen. De foto op zichzelf kan dus ook de nieuws waarde zijn. Ook dit zien we bij de keuze van de onderwerpen terug. Denk daarbij aan het eerder aangehaalde onderwerp van het schaap (zie bijlage II) in *Dit was 2004* of van de ‘herintredende kabouters’ in *Het jaar 2004* (zie bijlage II). In *Het aanzien van 2004* worden gebeurtenissen niet geselecteerd vanwege de nieuws waarde van de foto. Later meer over de selectie van de foto.

De nieuws waarde van een gebeurtenis kan ook ideologisch zijn. Door de keuze van de tekst en de foto kan door de samensteller bovendien een interpretatie aan de gebeurtenis worden gegeven. Vooral bij *Het jaar 2004* wordt ingespeeld op de belangstelling voor publieke figuren en geappelleerd aan sentimentele gevoelens. Zij hebben bij de keuze van hun onderwerpen en foto’s een duidelijke voorkeur voor ‘het menselijke’. Dit komt voort uit de uitgangspunten van de krant en het jaarboek. In *Het aanzien van 2004* probeert de samensteller ook maatschappelijke ontwikkelingen weer te geven, hij wil een tijdbeeld neerzetten.

Maar niet alleen gebeurtenissen die in de krant terecht zijn gekomen komen voor plaatsing in aanmerking. Dit geldt voor alle onderzochte jaarboeken. Zo besteden alle jaarboeken bijvoorbeeld aandacht aan de rage ‘scoubidou’. De nieuws waarde wordt dus niet alleen bepaald door de aandacht in kranten. De herkenbaarheid blijkt een belangrijk criterium. Nieuwsberichten waar veelvuldig over bericht is zullen voor de lezers herkenbaar zijn, maar ook gebeurtenissen die in de levens van de lezer hebben plaatsgevonden. En om de rage scoubidou heeft niemand heen gekund. Dit is dus voor velen herkenbaar. Herkenbaarheid komt tot uitdrukking in de herkenning van de gebeurtenissen, maar ook in herkenning van het product. Hoewel het selectieproces redelijk gelijk is, is het resultaat van de selectie in alledrie de boeken dus zeer verschillend.

Dit heeft niet alleen te maken met andere keuzes die men maakt ten opzichte van de selectiecriteria. Ook de doelgroep voor wie het product wordt gemaakt speelt hierbij een belangrijke rol.

Zoals uit de theorie bleek, zijn ook de lezers van invloed op de nieuws waarde van gebeurtenissen. De keuze van het selecteren van de gebeurtenissen en de foto’s wordt dus ook beïnvloed door de doelgroep. Dit is tweeledig. Enerzijds geldt, dat de samenstellers een bepaalde doelgroep voor ogen hebben die zij willen bereiken. Bij *Het jaar 2004* is dit een hele duidelijke doelgroep, namelijk de lezer van de krant. Mensen die zich aangetrokken voelen tot De Telegraaf, zullen ook het jaarboek moeten waarderen. Het jaarboek dient dus op twee manieren ‘herkenning’ op te roepen. Ten eerste dient de lezer de gebeurtenissen te herkennen, ten tweede moet de lezer in het format van het jaarboek ook de ‘look en feel’ van de krant herkennen.

Ook bij *Dit was 2004* is de invloed van de doelgroep op de selectie groot. Omdat het boek dit jaar voor het eerst werd uitgebracht is er nog geen sprake van een groep 'vaste kopers'. De samensteller heeft wel een doelgroep *voor ogen*, welke hij met het jaarboek wil bereiken. Dit heeft invloed op de selectie, omdat de samensteller verwacht met bepaalde thema's de doelgroep aan te spreken.

Anderzijds is er een directe relatie tussen het selectieproces en de doelgroep, omdat kennis over de doelgroep aanwezig is. Bij *Het jaar 2004* worden onderwerpen foto's uitgezocht, omdat verwacht wordt dat het het publiek interesseert, en dat er behoefte aan is. *Het jaar 2004* is heel duidelijk in de argumentatie voor de keuze van de onderwerpen. Zij maken wat mensen willen lezen.

Ook bij *Het aanzien van 2004* geldt, dat de invloed van de doelgroep van invloed is op de selectie. Vanwege het feit dat het jaarboek al lang bestaat, zij er onder de koper veel verzamelaars. Dit speelt bij de samenstelling van het boek ook een rol. De verzamelaar blijkt een grote afnemer van het boek te zijn. Daarom kunnen niet zomaar veranderingen doorgevoerd worden. Aangezien het jaarboek zich richt op de Belgische afzetmarkt, is er ook meer Belgisch nieuws geselecteerd. Hetzelfde geldt voor *Dit was 2004*. Zij hebben ook meer Belgische onderwerpen geselecteerd, om ook herkenbaarheid bij de Belgische lezers te bewerkstelligen.

Er wordt dus met de wensen van de doelgroep rekening gehouden. Er wordt naar gestreefd een (zo groot mogelijk) publiek te bereiken, en dat kan alleen als de behoeftes van dat publiek in acht worden genomen. Toch is de samensteller van *Het aanzien van 2004* minder duidelijk in de rol van de doelgroep. Waar de samensteller van *Het jaar 2004* duidelijk aangaf te maken wat het publiek wil lezen, lijkt de samensteller van *Het aanzien van 2004* idealistischer. Hij wil de mensen aan het denken zetten, het dilemma is volgens hem de meest uitdagende vorm. Dit heeft effect op de keuze voor de onderwerpen, en op de wijze waarop de gebeurtenissen uitgewerkt worden. Uit het onderzoek blijkt dat het marktgericht denken steeds belangrijker wordt. Dit zien we al heel sterk bij *Het jaar 2004*. Zij maken wat de mensen willen. Ook bij *Dit was 2004* zien we dit al meer. (maar ook in krantenlandschap, bijvoorbeeld het vernieuwde Algemeen Dagblad)

Er is dus een relatie tussen de selectie en de achtergrond van de verschillende jaarboeken. Zo is er dus meer aandacht voor *human interest* en het *koninklijk huis* in *Het jaar 2004*, meer *cultuur* in *Dit was 2004*, en meer 'serieuze' nieuwsgebeurtenissen (bijvoorbeeld in de categorieën *politiek* en *oorlog en terreur*) in *Het aanzien van 2004*. Uit dit onderzoek blijkt dus duidelijk een relatie tussen doelgroep en selectie.

Tot slot is het opmerkelijk dat twee van de drie jaarboeken op het laatste moment de cover hebben gewijzigd. *Het aanzien van 2004* kreeg vlak voor de deadline te maken met de Tsunami, en besloot de omslag daarop aan te passen. *Het jaar 2004* had zelfs de cover al gedrukt, maar besloot na de dood van prins Bernhard de cover opnieuw te drukken. Kennelijk is de actualiteit ook belangrijk voor de cover. Waarschijnlijk spelen commerciële belangen daarbij een rol. Een actuele –aangrijpende– gebeurtenis, zal mensen sneller overhalen het product te kopen, zo veronderstel ik.

### 6.3 Presentatie

Daarmee komen we aan bij het laatste onderdeel van de deelvragen, namelijk de vragen met betrekking tot de *presentatie*: Gekeken is naar de functie van tekst en foto, de identiteit van het jaarboek en de invloed van de doelgroep op de presentatie. In de casestudy zijn de resultaten uit de interviews en de kwantitatieve analyse toegepast, om zodoende tot een antwoord op deze deelvraag te komen.

In dit onderzoek is gekeken naar de samenstelling van het jaarboek. Daarbij is ook aandacht besteed aan de keuze voor de foto. Dit resulteert in een combinatie van tekst en beeld, welke het publiek zal bereiken. Hoewel er niet gekeken is naar de selectie van de tekst en de foto *per gebeurtenis* is hier toch een aantal uitspraken over te doen.

Vroeger was er in de jaarboeken van *Het aanzien van 2004* slechts een klein stuk tekst. De foto stond centraal. Inmiddels is bij dit jaarboek de relatie tussen tekst en foto gewijzigd, de tekst neemt een belangrijkere plaats in. Opmerkelijk is, dat voor alledrie de jaarboeken de beschikbare ruimte het belangrijkste argument is bij het schrijven van de tekst en de keuze voor de foto. Ongeacht de inhoud van de gebeurtenis wordt er in de uitwerking daarvan een bepaalde hoeveelheid aandacht in tekst en foto gegeven. De foto/tekst verhouding is dan ook redelijk gelijk. Bij *Dit was 2004* kunnen we hetzelfde constateren- ook daar is de verhouding tekst/ foto per pagina en per gebeurtenis gelijk- maar neemt de foto een belangrijkere plaats in dan de tekst. Bij *Het jaar 2004* is de relatie tussen foto en tekst het meest variabel. Dit geldt niet alleen per pagina, maar ook per gebeurtenis. Sommige gebeurtenissen krijgen slechts summier aandacht. Ook is er niet altijd een foto bij een gebeurtenis geplaatst. Andere gebeurtenissen krijgen zeer veel fotoaandacht, en zijn uitgebreid uitgewerkt in tekst. Wanneer een onderwerp meer aandacht krijgt, gaat dit ten koste van een ander onderwerp. Daarom is ook hier de beschikbare ruimte een belangrijk argument.

Bij *het aanzien van 2004* worden de gebeurtenissen gekozen aan de hand van de selectie in kranten. De tekst wordt echter op maat gemaakt. Er wordt een invalshoek gekozen, en de tekst moet voor iedereen begrijpelijk zijn. Belangrijk argument is het dilemma. De samensteller wil met de tekst mensen aan het denken zetten, en zet daarom verschillende standpunten uiteen. De tekst is ook nodig om de foto te begrijpen. Anders weet je over tien jaar niet meer wat de foto weergeeft. En zoals gebleken is juist die 'houdbaarheidsdatum' van het jaarboek van belang.

De functie van de tekst in *Dit was 2004* is anders. Hier wordt de essentie van de gebeurtenis eruit gehaald. In korte bewoordingen moet de tekst de foto in zijn context plaatsen. Door middel van bijvoorbeeld een chronologisch overzicht, wordt meer informatie met betrekking tot de gebeurtenis gegeven.

*Het jaar 2004* wil met de tekst mensen raken. Gevoelens worden benadrukt. Hoewel de inhoud vaak overeenkomt met die van *Het aanzien van 2004*, verschilt de *tone of voice*. Bepaalde elementen van een gebeurtenis worden benadrukt. We zagen die bijvoorbeeld bij het overlijden van Juliana. Naast de feitelijke informatie geeft het jaarboek ook de gevoelens die bij het afscheid nemen gepaard gaan, weer. 'Het

menselijke' blijkt niet alleen uit de onderwerpkeuze naar voren te komen, maar ook bij de formulering in de teksten.

De keuze van de foto hangt voornamelijk af van de selectie van de gebeurtenissen. Slechts in een enkel geval is het juist het beeld wat de nieuws waarde bepaald (denk bijvoorbeeld aan het schaap in *Dit was 2004*.) Hoewel alle jaarboeken aangeven dat de foto een belangrijk element in het jaarboek is, is de functie van de foto is in alledrie de jaarboeken zeer verschillend. In *Het aanzien van 2004* moet de foto een verhaal vertellen. De foto moet inhoud hebben. Bovendien is de 'houdbaarheidsdatum' van de foto belangrijk. Daarom wordt in dit jaarboek vaak gekozen voor wat in de theorie descriptieve foto's werden genoemd. De functie van de foto is dus in de loop der jaren veranderd. Bij het opzetten van het jaarboek was de foto nog het belangrijkste element, inmiddels is de tekst van steeds grotere waarde geworden. Dit komt onder andere door de samensteller, die niet geloofd in 'een foto zegt meer dan duizend woorden'. Er is tekst nodig om de foto te begrijpen, zegt hij. Des te opmerkelijker is het, dat hij ook de foto van *Dit was 2004* selecteert. Dit doet hij niet alleen, maar samen met de eindredacteur van het jaarboek. De foto's in *Dit was 2004* zijn namelijk het belangrijkste element van het jaarboek, daar draait het allemaal om. Daarom moet de foto 'eruit knallen'. De tekst is zoals gezegd veel korter. Bij *Het jaar 2004* hebben de foto vooral een triggerfunctie. Mensen moeten door het zien van de foto nieuwsgierig worden naar de inhoud van het bericht. De inhoud van de foto is daarbij minder van belang. Daarom worden ook portretfoto's geplaatst. Ook moet de foto de mensen raken. Daarom is er veel emotie op de foto's te zien. Dit komt overeen met de ondertitel van het jaarboek. De foto's variëren in dit jaarboek ook enorm in formaat. Sommige foto's heel groot worden afgedrukt, omdat ze het dichtste bij het lezerspubliek zouden staan. Daardoor zullen mensen geraakt zijn. In de journalistiek is een toenemende intergratie van woord en beeld vast te stellen. Informatie wordt steeds vaker op een visuele manier vorm gegeven. Bij *Dit was 2004*, het nieuwste jaarboek in dit onderzoek, lijkt deze ontwikkeling van toepassing. Bij *Het aanzien van 2004* is juist het tegengestelde het geval. Ook in *Het jaar 2004* neemt de foto een belangrijke plek in, alleen de functie waarmee de foto wordt toegepast verschilt.

### 6.4 Conclusie

De belangrijkste bevindingen, en grootste verschillen, nog eens op een rij:

Bij *Het aanzien van 2004* is de rol tussen tekst en foto wezenlijk anders dan bij de andere twee jaarboeken. De tekst neemt hier een belangrijke plek in. Bovendien zijn in de loop der jaren de verhoudingen tussen tekst en foto gewijzigd. Gezien het feit dat de kopers van het boek voor een groot deel uit verzamelaars bestaat, is voor de samensteller duidelijk wat er verwacht wordt. Veranderingen in vorm en inhoud kunnen dus niet van de ene op de andere dag worden doorgevoerd, maar gaan geleidelijk. Er is sprake van het behouden van een doelgroep. Qua inhoud heeft het jaarboek veel aandacht voor hard nieuws. In de presentatie van de onderwerpen is het jaarboek heel consequent. Er is sprake van een duidelijke format, die op alle gebeurtenissen wordt toegepast. Gebeurtenissen krijgen op tenminste één pagina, en met tenminste één foto

---

aandacht. Wanneer een onderwerp meer aandacht behoeft, volgens de samensteller, worden extra pagina's gemaakt en/ of meerdere foto's bij het artikel geplaatst.

*Dit was 2004* heeft ook een heldere format, namelijk één pagina per gebeurtenis en één grote foto centraal. Aangezien dit jaarboek pas net begonnen is, is nog geen sprake van een vast lezerspubliek, maar van een doelgroep die de samensteller voor ogen heeft. De twee jaarboeken van dezelfde uitgever richten zich op een ander publiek (spaarders versus impulsaankopers, volwassen/gezin versus jong/hip) en lijken dus eerder complementair dan concurrerend. Gebeurtenissen met betrekking tot sport en cultuur worden het meest geselecteerd. Er lijkt sprake te zijn van een groeiend commercieel besef. Sport krijgt in het jaarboek veel aandacht, waarschijnlijk omdat een groot deel van de Nederlandse bevolking hier liefhebber van is.

*Het jaar 2004* lijkt zich het meest bezig te houden met 'wat de lezer wil' bij de keuze van de onderwerpen. Er wordt gekozen voor onderwerpen waarvoor ze grote publieke belangstelling veronderstellen. Hoewel alledrie de jaarboeken commerciële producten zijn, lijkt *Het jaar 2004* hier het meest bewust naar te handelen. De afwisseling binnen het jaarboek is belangrijk, om de lezer geïnteresseerd te houden. Daarom worden hard en zacht nieuws afgewisseld. Ook is er meer aandacht voor binnenlands nieuws. Ook is het uitgangspunt dat het jaarboek ook moet amuseren. Daarom is er ook aandacht voor grappige of curieuze gebeurtenissen. Het jaarboek moet dicht bij de lezer staan. Dit is ook het uitgangspunt met de krant. Er is een sterke relatie met de krant. De onderwerpen voor het jaarboek worden uit de eigen krant geselecteerd. Daarmee komt de inhoud overeen met die van de krant. Ook in de presentatie van de onderwerpen komt de tone of voice van de krant duidelijk naar voren. Bij de fotokeuze wordt, meer dan in de andere jaarboeken, gebruik gemaakt van freelancers en eigen fotografen. Hierdoor kan ook de eigen identiteit door middel van de foto's worden benadrukt. Het aanbod van foto's sluit wellicht meer op de eigen identiteit van het jaarboek aan, terwijl de andere twee jaarboeken uit een algemener aanbod moeten kiezen. De keuze is hierdoor beperkt. Bovendien heeft *Het jaar 2004* ook columns. Daarin kan de ideologie van de krant verpakt worden. De columns worden geschreven door mensen die ook columns in *De Telegraaf* schrijven. Zij zijn dus zichtbaar in de krant en drukken daar ook een stempel op.

## 6.5 Tot slot

Aan het begin van dit onderzoek is een kleine vergelijking van Han van Bree, samensteller van *Het aanzien van 2004* en *Dit was 2004*, aangehaald. Hij stelde dat er in medialand consensus bestaat over wat belangrijk gevonden wordt. De keuzes van het jaarboek in vergelijking met andere jaaroverzichten zou grotendeels parallel lopen. Ook Rijkema, net als Van Bree dat de onderwerpen die uiteindelijk gekozen worden, voor het grootste gedeelte overeenkomen bij de jaarboeken. Uit mijn onderzoek blijkt, dat de meeste 'grote gebeurtenissen' inderdaad in alle jaarboeken we voorkomen. Maar door verschillende uitgangspunten en doelgroepen resulteert dit in een totaal andere samenstelling van het boek. Er is wel consensus over aantal

gebeurtenissen, maar ook door de uitwerking ervan wordt ander gevoel opgeroepen. Daardoor hebben alle jaarboeken hun eigen stijl en benadering.

Bij de selectie van de onderwerpen geven alle onderzochte jaarboeken aan, dat er rekening wordt gehouden met de verhouding tussen onderwerpen. Toch resulteert dit in een andere selectie. Wat die verhouding moet zijn daar verschillen de jaarboeken over.

Bovendien hebben alle jaarboeken hebben doel ‘terugblikken op het jaar’. Alleen de manier waarop ze dat in de praktijk brengen verschilt. Voor alledrie geldt dat herkenning belangrijk is. Niet alleen herkenning van de gebeurtenissen, maar ook herkenning van het product.



## **Slotbeschouwing**

In deze slotbeschouwing wil ik terugkijken op het door mij gedane onderzoek. Is de door mij gekozen methode de juiste geweest? Ook wil ik suggesties doen voor eventueel vervolgonderzoek.

### **Subjectiviteit**

In mijn onderzoek bleek het subjectieve standpunt van de onderzoeker onvermijdelijk. Dit is een essentieel probleem bij dergelijk (foto)onderzoek. In een beschrijvende vergelijkende analyse kun je er niet omheen. Hoewel bij de beoordeling van de gebeurtenissen in het jaarboek consequent gewerkt is, blijft de beoordeling subjectief, vanwege het multi-interpretabele karakter van foto's en gebeurtenissen. Ik heb geprobeerd objectief, systematisch en kwantitatief de inhoud van mediaboodschappen te beoordelen. Daarbij heb ik gekeken naar de uiterlijke verschijningsvorm en niet naar dieper verborgen betekenissen (die bewust en onbewust in de boodschap worden gelegd). Toch is interpretatie niet te vermijden. Er is geen oplossing voor de verwerking van interpretatieve informatie. Er wordt automatisch geïnterpreteerd. Dit is individugebonden, en wordt beïnvloed door het persoonlijke standpunt. Daarom is mijn analyse slechts een van de vele interpretaties die mogelijk zijn. Het is belangrijk dat in ogeschouw te nemen. De wijze waarop de gegevens zijn geanalyseerd en de conclusies die daaruit zijn getrokken zijn dus voor verantwoordelijkheid van de onderzoeker.

### **Reflectie op de methode en suggesties voor vervolgonderzoek**

In dit onderzoek is aan de hand van interviews getracht te achterhalen hoe het selectieproces tot stand komt. Deze interviews zijn door mij afgenomen en in hoofdstuk 3 verwerkt. Er is gekozen voor transcriptie van de interviews. Dit is van meerwaarde geweest voor dit onderzoek. Op deze manier blijf je dicht bij de bron. De wijze waarop de samenstellers hun motivatie verwoorden is, mijns inziens, ook van betekenis. Ook werd op deze manier goed duidelijk hoe zij het product benaderen. Helaas is het niet gelukt om de derde betrokkene, Sacha Buddingh' te spreken te krijgen. Wellicht zou dit nieuwe inzichten opgeleverd hebben. Uit de interviews bleek dat, hoewel de samenstellers wel volgens journalistieke conventies te werk gaan, de keuze voor de gebeurtenissen ook vaak subjectief is. De eigen ideeën van de samensteller zijn bepalend voor de onderwerpkeuze. De interviews hebben ons inzicht gegeven in de werkwijze van de *gatekeepers* van de jaarboeken. Daarmee is de gekozen methode succesvol gebleken. Wel had ik achteraf gezien, wellicht meer kunnen vragen naar de achtergrond van de samenstellers. Ik heb mij gefocust op de keuzes die zij maken, en ben daardoor voorbij gegaan aan *de persoon* die de keuzes maakt. Achter blijkt kennis over de samensteller ook zeker van waarde te zijn, aangezien de invloed van de samensteller op de onderwerpkeuze groot is.

De kwantitatieve inhoudsanalyse heeft interessante resultaten opgeleverd, die zijn uitgewerkt in hoofdstuk 4. Daarbij heb ik conform de voorgestelde aanpak gewerkt. Echter, in de dataverzameling zijn ook gegevens opgenomen, die wellicht voorbij de vraagstelling van dit onderzoek gaan. Daarmee zijn ze niet relevant voor mijn doel, namelijk inzicht verschaffen in de inhoud van de boeken. Het onderzoek dat ik heb gedaan is uiteindelijk fijnmaziger dan vooraf opgesteld. Hierdoor bevat de dataverzameling zeer veel gegevens, die lang niet allemaal gebruikt zijn. Er zijn nog meer analyses mogelijk. Echter, men moet het doel van het onderzoek in het achterhoofd houden. Ik ben mij er van bewust dat ik daaraan voorbij gegaan ben, teneinde de inhoud van de jaarboeken kwantificeerbaar te maken. Uiteindelijk heb ik alleen de belangrijkste en meest relevante bevindingen in het desbetreffende hoofdstuk opgenomen.

De onderzoeken die ik in mijn onderzoek besproken heb, hadden weliswaar raakvlakken, maar gaven weinig handvatten voor een methode. De onderzoeken waren vanuit andere doelstellingen opgezet. Zo heb ik onder andere gebruik gemaakt van Barthes als leidraad om relatie tekst en beeld in kaart te brengen, maar bij analyse was geen sprake van methode. Ik heb wel geprobeerd op systematische wijze iets te zeggen over elementen in het selectieproces en de uitkomsten daarvan. De casestudies dienden meer inzicht te geven in de wijze waarop gebeurtenissen gepresenteerd worden. In eerste instantie was het doel van dit onderzoek om te kijken hoe de gebeurtenissen verbeeld worden. Uiteindelijk is de nadruk meer komen te liggen op de wijze waarop de gebeurtenissen zijn uitgewerkt, en in welke verschijningsvorm ze in het jaarboek terecht zijn gekomen. De vooraf opgestelde methode voor fotoanalyse bleek geen inzichten te geven in de verschijningsvorm van het jaarboek. Daarom heb ik daar vanaf gezien. De inhoud van de foto's heeft hierdoor minder aandacht gekregen. Uiteindelijk was in dit onderzoek geen sprake van inhoudelijke beeldanalyse.

### **Suggesties voor vervolgonderzoek**

Een scriptie schrijven is keuzes maken. Uiteraard zijn er altijd andere mogelijkheden. Zo is er in dit onderzoek voor gekozen de inhoud van de gebeurtenissen centraal te laten staan. Het zou ook interessant zijn te kijken naar de inhoud van de foto's. Zoals ik al eerder heb aangegeven was het uiteindelijk voor dit onderzoek niet relevant een inhoudelijke beeldanalyse te doen. Daarom heb ik daar van af gezien, maar voor vervolgonderzoek zou dit zeker interessant zijn.

De theorieën die het theoretisch kader van dit onderzoek vormden, hadden betrekking op kranten en dagbladen. Vervolgens heb ik de theorieën toegepast op ander onderzoeksgebied. In de theorie bleek het belang van de nieuwswaarde voor de selectie van een gebeurtenis. In dit onderzoek bleek dat de combinatie van gebeurtenissen en in verhouding tot elkaar ook van belang te zijn voor de selectie. Daarmee komen we op een ander terrein. Het gaat wel *over* nieuws, maar *is* geen nieuws. Gebeurtenissen die in het jaarboek terecht komen zijn ook niet altijd in het nieuws geweest. Naast nieuwswaarde spelen ook andere argumenten een rol

bij de selectie van de onderwerpen. De jaarboeken kunnen dus ook vanuit een ander perspectief benaderd worden. Voor vervolgonderzoek zou het interessant zijn, de jaarboeken te benaderen als geïllustreerd tijdschrift. Ook hier vertoont het product veel raakvlakken mee. Bovendien is het jaarboek ook van daaruit opgezet, namelijk het geïllustreerde tijdschrift *Panorama*. Opvallend is, dat de theorieën voor nieuwsselectie vooral betrekking hebben op het harde nieuws. Uit dit onderzoek blijkt dus dat de combinatie van gebeurtenissen, en de verhouding tussen gebeurtenissen van belang is bij de selectie. Wellicht geldt dit ook voor de nieuwsselectie bij de krant. Uit het interview met Paul Rijkema van *De Telegraaf* blijkt het steeds belangrijker te zijn om te maken wat de mensen willen lezen. Positief, grappig of opmerkelijk nieuws valt hieronder. Voor vervolgonderzoek zou het ook interessant zijn te kijken naar veranderingen in de nieuwsselectie. Is de nieuwsselectie van jaarboeken daadwerkelijk anders? Of komen de behandelde theorieën ook niet (meer) overeen met de nieuwsselectie bij kranten? En geldt voor kranten dat de verhouding tussen verschillende soorten nieuws steeds belangrijker wordt, zoals Rijkema stelt?

In dit onderzoek is alleen gekeken naar het proces van samenstelling, en naar resultaten van dit proces. Het onderzoek is in zijn algemeenheid gebleven. Het zou zoals gezegd ook interessant onderzoek te doen naar het in beeld brengen van onderwerpen. Ook onderzoek naar een stap eerder in het proces zou interessant zijn: namelijk tijdens de selectie van de gebeurtenissen in het jaarboek, waarom vallen onderwerpen af. Dit onderzoek zou ook inzichten geven in de samenstelling van de boeken.

### **Tot slot**

Er zijn mij geen Nederlandse studies bekend die zich richten op de selectie bij jaarboeken. Onderzoeken naar nieuws- en fotoselectie zijn er wel, maar zijn veelal gedateerd. Dit onderzoek heeft zich dus gewaagd op een nog onbekend terrein. *Gatekeeping* onderzoeken worden maar weinig gedaan. Dit zou mijns inziens wel meer moeten gebeuren. We leven in een informatiemaatschappij, waarin we keuzes moeten maken. Er is zo'n grote stroom aan informatie, dat er een selectie gemaakt moet worden. Maar hoe die selectie tot stand komt, en wie daarvoor verantwoordelijk is, daar is weinig over bekend. Ik hoop dan ook dat dit onderzoek een vervolg zal krijgen.

## **Literatuur**

### **Onderzochte bronnen**

*Het aanzien van 2004– Twaalf maanden wereldnieuws in beeld* (Uitgeverij Het Spectrum B.V., Utrecht 2004)

*Dit was 2004*, (Uitgeverij Het Spectrum B.V., Utrecht 2004)

*Het jaar 2004, emotie in nieuws en sport*. (N.V. Holdingmaatschappij De Telegraaf, 2004)

### **Interviews**

Interview met Han van Bree, samensteller *Het aanzien van 2004* en *Dit was 2004*, gehouden op 4 juli 2005, te Utrecht.

Interview met Paul Rijkema, samensteller *Het jaar 2004*, gehouden op 5 augustus 2005, te Amsterdam.

### **Artikelen**

Barthes, R. 'De fotografische boodschap', een vertaling van 'Le message photographique' (1961) van Roland Barthes in filmblad *Skrien* nr. 92/93, 1980, 45-46

Kester, B., 'Onder vuur – Het ontstaan van de Nederlandse fotojournalistiek' in Bardoel, Vos, Van Vree en Wijfjes, *Journalistieke cultuur in Nederland* (Amsterdam University Press, Amsterdam 2002) 236 – 261

Kleppe, M. Voorwoord, in: *Register, het aanzien van 1962-2004*. Het Spectrum, Utrecht

Lichtenberg, L.. *De virtuele krant*. Uitgevers en journalisten op nieuwe wegen. In: *Journalistieke cultuur in Nederland*., (Amsterdam University Press, Amsterdam 2002) 427-444

Luijendijk, T., 'Fotografie-onderzoek (Nfa en Nfi)', *GBG nieuws* 14 (1990)

Vree, F. van, 'Media, geschiedenis en representatie', *Tijdschrift voor Mediageschiedenis* 1 (1998) 1 – 4

Vries, T. de, 'Geschiedschrijving en fotografie', *Groniek* 111 (1991) 7 – 24

White, D.M., 'The 'Gatekeeper': A case-study in te selection of News' in Lewis Anthony Dexter en David Manning White, *People, society, and mass communication* (The free press of Glencoe, Londen 1964) 160 – 173

White, D.M., *The 'Gatekeeper': A case study in the selection of news*. In: H. Tumber, *News: A Reader*, (New York, Oxford University Press, 1999)

---

**Boeken**

Bardoel, Vos, van Vree, Wijfjes, *Journalistieke cultuur in Nederland* (Amsterdam University Press, Amsterdam 2002)

Beunders, H. *De verbeelding van de wereld, de wereld van de verbeelding*, (Mets, Amsterdam, 1998)

Deuze, M., *Journalists in The Netherlands. An analysis of the people, the issues and the (Inter-) National Environment* (Aksent Academic Publishers, Amsterdam, 2002)

Evans, H., *pictures on a page*, photo-journalism, graphics and picture editing. (Pimlico, Londen, 1997)

Galtung, J. en Ruge, M., *The Structure of Foreign News* (Journal of Peace Research, Oslo, 1965)

Golding, P. en Elliot, Ph, *Making the News* (London, Longman, 1979)

Van Gorp, B. *Framing en het interpreteren van nieuws*, een experimenteel onderzoek naar de effecten van frames.(PSW papers, Universiteit Antwerpen, 2004)

Groenhuijsen, C. en Van Liempt, A. *Live! : macht, missers en meningen van de nieuwsmakers op tv* (Den Haag , Sdu Uitgevers, 1995)

Kleppe, M. 'Tot icoon verheven. Een onderzoek naar de verheffing van maatschappelijke gebeurtenissen tot fotografische iconen van de recente Nederlandse geschiedenis.' Afstudeerscriptie, Erasmus Universiteit Rotterdam, 87-94

Lannoy, A. de, *Internationale nieuwsvorming in de westerse pers: Vergelijkende analyse van de berichtgeving over de kwestie Oost-Timor*. Scriptie Faculteit Letteren en Wijsbegeerte, Universiteit Gent, 1999-2000.

Luijendijk, T., *Een rustpunt voor het oog? Een studie naar de selectie van foto's bij acht Nederlandse dagbladen* (Vakgroep Communicatie, Amsterdam 1983)

Luijendijk, T., *Kijk die foto in de krant!*, Stichting krant in de klas, (Drukkerij Noord Holland B.V., Hoorn 1986)

Shoemaker, P., *Communication concepts 3: Gatekeeping*, (Sage Publications, Newbury Park, 1991)

Roshco, B., *Newsmaking*. In: H. Tumber, *News: A Reader*. (New York, Oxford University Press, 1999)

McQuail, D., *McQuail's Mass Communication Theory – 4th Edition*. (London, Sage Publications, 2000)

De Vinck, S. en Devreker, L., *Waar is het buitenland? Een analyse van het buitenlands nieuws in de huidige Westerse nieuwsverslaggeving, 2001-2002* Communicatiewetenschappen, Oefening bij de cursus "Actuele vraagstukken m.b.t. de nationale en internationale pers"

Wisman, B., *Argusogen, een documentaire over de persfotografie in Nederland*, (Uitgeverij Voetnoot Amsterdam, Purmerend 1994)

### Overig

Kester, B.C.M. Vakomschrijving Research Workshop Media en Journalistiek 1 CH4406-04, Collegejaar 2004-2005, [http://fhk.sin-online.nl/studiegids/?action2=show\\_course&course=CH4406](http://fhk.sin-online.nl/studiegids/?action2=show_course&course=CH4406) bezocht op 25 april 2005

Zweers, L., Research Workshop Media en Maatschappij 2 CH4410-04, Collegejaar 2004-2005. Collegeopzet fotojournalistiek, [http://fhk.sin-online.nl/studiegids/?action2=show\\_course&course=CH4410](http://fhk.sin-online.nl/studiegids/?action2=show_course&course=CH4410) (collegeopzet niet openbaar)

Zweers, L., *Collegehandleiding fotojournalistiek*, Rotterdam, november 2004, Erasmus Universiteit.

Zweers, L., *Onderzoeksaanpak, Kwalitatieve analyse Het Nederlandse detachement in Irak van juni 2003 tot en met december 2004*, Research workshop Media en Maatschappij 2, Fotojournalistiek, Erasmus Universiteit 2004-2005.

### Websites

[www.aanzienvan.nl](http://www.aanzienvan.nl) bezocht op diverse data tussen mei en september 2005

informatie over de samenstelling van *Het aanzien van*.

[www.winklerprins.com](http://www.winklerprins.com), bezocht op diverse data tussen mei en september 2005

Informatie over *Dit was 2004*

[www.telegraaf.nl](http://www.telegraaf.nl) bezocht op diverse dat tussen mei en september 2005

informatie over *De Telegraaf en Het jaar 2004*

<http://www.spectrum.nl/author/author.ngp?ident=hanvanbree>

Bezocht op 2 augustus 2005 Informatie over Han van Bree

<http://www.tcw.utwente.nl/theorieenoverzicht/Theory%20clusters/Media%2C%20Culture%20and%20Society/gatekeeping.doc/index.html> Bezocht op 8 februari 2005

Website van de Universiteit Twente, Informatie over gatekeeping en model van White.

[www.uwgeboortejaarinbeeld.nl](http://www.uwgeboortejaarinbeeld.nl), Bezocht op 10 augustus 2005

Informatie over uitgifte dvd's over geboortejaar

[http://www.ethesis.net/oost\\_timor/oost\\_timor\\_deel\\_1\\_hfdst\\_2.htm#\\_ftn25](http://www.ethesis.net/oost_timor/oost_timor_deel_1_hfdst_2.htm#_ftn25)

Digitale versie scriptie Lannoy, A. de, *Internationale nieuwsvorming in de Westerse pers.*

<http://www.fondspascaldecroos.com/archief/knipsels/DEBAT18042002.pdf>

Digitale versie: De Vinck, S. en Devreker, L. *Waar is het buitenland*

### **Brochure**

*De wereld van de krant*

Uitgave van De Telegraaf Holding, Informatie over dagelijkse productie van nieuw bij *De Telegraaf*.

**Bijlagen**